

CAPÍTULO 17

LA PARTICIPACIÓN DE CONTENIDOS RELACIONADOS CON LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA CURRICULA UNIVERSITARIA

Francisco A. Morea¹

Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina)

famore@mdp.edu.ar

INTRODUCCIÓN

El emprendedorismo es uno de los temas de más reciente incorporación en las universidades, fundamentalmente de Argentina. Su importancia en el desarrollo económico local, la generación de trabajo para los graduados, la transferencia tecnológica del sistema científico tecnológico universitario al medio, los cambios de una sociedad basada en el conocimiento y la información, el agotamiento y fracaso de un modelo de crecimiento económico, la necesidad de repensar el crecimiento económico sobre la base de un empresario innovador, una desocupación creciente, entre otros, han hecho que este tema se incorpore, en mayor medida cada día, a los temas de docencia, a la investigación y a las actividades de extensión del sistema de educación superior.

La Argentina, tradicionalmente, no contó con un sistema universitario que se preocupara por incorporar en sus estudiantes habilidades, valores y capacidades de emprendedores. La sociedad no demandaba este perfil y la universidad formaba graduados para el ejercicio profesional independiente y trabajo en grandes empresas.

Tomando la premisa que la creación de nuevas firmas llevadas adelante por personas con mucha formación tienen una tasa de éxito muy superior a los que no la tienen (Venciana 2002), y que las capacidades y valores de los emprendedores son susceptibles de mejorar e incrementar por el sistema universitario, este trabajo intenta:

1. Con el agradecimiento a la colaboración de Ana Gennero de Rearte

F. A. Morea

- repasar algunas de las experiencias mas significativas de los países con mas historia y desarrollo del tema.
- enumerar y proponer algunas herramientas para desarrollar estos temas en las universidades, partiendo de la base que: a) cada una busca un resultado último como formación profesional, como investigador, como docente, etc. b) tiene su particular contexto social, político, económico, cultural. c) su historia como universidad y d) las particularidades de sus estudiantes son propias en cada una.

El trabajo cuenta con cuatro apartados

- La significación de la enseñanza de la creación de empresas en el sistema universitario
- Situación en algunos países del mundo
- Situación de la Argentina
- Elementos para incluir en los planes de estudio

LA SIGNIFICACIÓN DE LA ENSEÑANZA DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL SISTEMA UNIVERSITARIO

La universidad, como organización de fines múltiples, tiene tres objetivos fundamentales que llevar adelante. Estos son el de enseñanza, el de investigación y el de extensión

El de extensión, es el de última incorporación a los objetivos universitarios, y se relaciona con la obligación de la universidad de convertirse en factor de cambio que colabore a revertir los problemas del medio que la rodea, no solamente los inmediatos sino las causas últimas de ellos.

¿Como impacta la universidad en el mejoramiento de las condiciones del medio por efecto de la aplicación, en este, de los avances científicos y tecnológicos que la universidad posee? Como respuesta a esta pregunta el sistema universitario ha ensayado algunas respuestas.

La respuesta tradicional es que la inserción de los profesionales cuando realizan su ejercicio profesional munidos de los nuevos avances disciplinares, realizan el aporte para el desarrollo de su medio. Subyace en este pensamiento un perfil de graduado orientado al ejercicio liberal de la profesión y/o al trabajo en relación de dependencia en grandes empresas ya establecidas.

En Argentina en los últimos años, en nuestro país, bajo el nombre de *transferencia al medio* se brindan una serie de servicios y contribuciones del sistema universitario a partir de sistema científico tecnológico, a las organizaciones del medio. Esto a la par que inserta al docente extensionista en las problemática del mundo externo genera una serie de recursos extra presupuestarios para el sistema. El punto de apoyo para esta transferencia del sistema universitario son los investigadores y docentes.

La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas...

Por otra parte, el modelo económico implementado en la década de los 90', produjo un cambio en la estructura económica e industrial argentina que acentuó, el comportamiento rentístico no innovador y con gran aversión al riesgo por parte del empresariado local. Al decir de Hugo Nochteff (1998), se incrementaron las inversiones de los sectores del poder económico en bienes y servicios no transables, en monopolios no transitorios ni ligados a la innovación, en ventajas comparativas de los recursos naturales y hacia "invernaderos" sostenidos por "la transferencia de recursos masivas y sistemáticas canalizados a través de distintos mecanismos de subsidio, directos o indirectos". "Esta puede ser vista como la opción "más blanda" para la elite económica, y como la más negativa en términos de dinamismo económico y bienestar social".

Los cambios estructurales de esta década, con tasas de desempleo alrededor y superando el 15%, con una fuerte disminución del trabajo en relación de dependencia llevó, entre otras cosas, a que se comenzara a cuestionar, en la universidad, el "perfil clásico" (ejercicio liberal o empleo en grandes empresas) del graduado. Simultáneamente apareció la necesidad de repensar el crecimiento económico sobre la base de la generación de cuasirentas tecnológicas u opciones "duras", siendo el empresario shumpeteriano el que genera ese tipo de rentas, frente a las políticas u opciones "blandas", como se comento más arriba, que ha ocurrido históricamente (Hugo Nochteff 1998).

Una nueva respuesta, para insertarse en este nuevo modelo, de la universidad deberá comprometerse profundamente y redefinir el perfil de sus graduados. Ello implica importantes cambios en los objetivos de las carreras universitarias, un plan integral orientado al desarrollo de actitudes emprendedoras, creatividad, orientación al riesgo, a la acción, etc. que le permitan aplicar rápidamente los conocimientos adquiridos en proyectos innovadores propios. Lo que implica recorrer un camino distinto a aquel de incorporarse a organizaciones ya establecidas en las que deberá salvar la resistencia al cambio y la memoria organizacional y sistemas tecnológicos establecidos dificultan los cambios de conductas.

Si se tiene en cuenta que en las ciudades importantes del interior de la Argentina, la tasa de vocación emprendedora en la población es de solo un 2% y entre los estudiantes universitarios alcanza al 18% (Liseras, Gennero, Graña, 2003), surge claramente que en la universidad existe una masa crítica de jóvenes con potencial emprendedor. En ese sentido Veciana (2002), manifiesta "*mientras las tasas de fracaso de nuevas empresas creadas por personas con poca formación suelen llegar hasta el 80 por ciento, en muestras que comprenden solo graduados universitarios, se queda muy por debajo del 20 por ciento*". Ello pone de manifiesto la importancia de la formación emprendurial en la universidad para desarrollar el potencial emprendedor de los estudiantes, con elevadas expectativas de éxito en sus proyectos empresariales.

F. A. Morea

SITUACIÓN EN ALGUNOS PAÍSES DEL MUNDO

Algunos países han recorrido ya un camino en la capacitación de emprendedores y en el desarrollo de políticas de apoyo a los mismos. La más extensa e importante es la de EEUU, pero otros países han hecho experiencias enriquecedoras en este tema. Haremos un recorrido por algunas de ellas para ilustrar el avance del tema.

Francia, Obretch Jean Jacques (1998)

Durante mucho tiempo en Francia el emprendedorismo no ha sido un verdadero valor cultural y social. El entorno protector resultante de la importancia del estado, la influencia negativa de muchas grandes instituciones y el estilo de vida francés, constituyen una barrera para conductas tomadoras de riesgo. La característica social dominante es la del trabajador bajo relación de dependencia cuyo trabajo es protegido por convenios. Además, las conductas son paradójicas. Mientras a los franceses les gusta asumir posiciones de responsabilidad y esperan ser exitosos en sus emprendimientos, no les interesa demasiado el camino o la forma de alcanzar lo que se proponen.

Con relación a las universidades francesas, hay solo unas pocas que ofrecen educación y entrenamiento en administración de pequeños negocios – y la parte de emprendedorismo es muy limitada. Hay no mas de 2 o 3 lugares donde el emprendedorismo tiene sustento propio. La mayoría de los programas que son hoy ofrecidos comenzaron no hace mas de 5 años y en general este tema es parte de un curso en administración de pequeños negocios.

Hoy por hoy, la educación en emprendedorismo procede de agregar a las curriculas existentes en management nuevos programas especializados adaptadas a la administración de pequeños negocios y emprendedorismo.

Obretch (1998) también opina que una estrategia orientada hacia un avance sustancial en emprendedorismo, necesita instituciones especializadas, por oposición a la práctica actual de especialización por programas. Debe prestarse atención a la generación de ideas innovativas en los valores entrepreneuriales porque la globalización puede significar empobrecimiento de los valores fundamentales, especialmente a nivel regional.

Luego comenta, la estrategia de especialización basada en instituciones consistiría en el desarrollo de proyectos pilotos del tipo de la U.S. Small Business Institutes, sin olvidar el caso ejemplar del Small Business Center of Durham University, U.K.. Ellos deben tambien tener en consideración la experiencia de unas pocas escuelas francesas de negocios que albergan Centros de Entrepreneurship como la Business School of Lyon.

Los programas de enseñanza de estos institutos deberían especializarse con relación al sector de PYMES y a la vez diversificados con relación a la variedad de necesidades de los pequeños negocios. Sus actividades se extenderían a

La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas...

investigación y consultoría. Ellos organizarían cursos separados para los alumnos de grado y para los que se enrolen en programas de entrenamiento adicionales.

Propone que un consejo nacional sea el encargado de coordinar y armar las políticas de estos institutos. Deberá esta política procurar incrementar las actitudes empresariales y relacionarlos con gerentes, accionistas e inversores.

Solo una red cohesiva de institutos especializados, en la cual todos las instituciones de educación superior van juntas en un patrocinio, puede alcanzar aquel objetivo. Los argumentos básicos que avalan esta visión han sido elaborados en muchas circunstancias. Considerando los pequeños negocios como organizaciones que aprenden, parece que el "conocimiento contextual subjetivo" el cual es ganado desde la experiencia en relación con el entorno transaccional, es mas importante para el éxito que "el entorno objetivo de aprendizaje comúnmente descontextualizado dado por el profesor o entrenador" (GIBB, 1996).

En la educación en emprendedorismo los valores de los negocios (beneficios crecientes en competencia libre) deben ser la guía común. Pero esos valores no deben ser equiparados con valores de negocios. Aquellos que son guiados por un espíritu empresarial deberán ser responsables de sus acciones para sus accionistas y para la sociedad en general. Como ha dicho recientemente el primer ministro Lionel Jospin: Puede existir una tercera vía en la moda francesa que diga Si a la economía de Mercado, No a una sociedad de mercado (DE BEER,1998). Detrás de contingencias políticas el conocimiento de otras formas posibles de comportamiento pueden ser enseñadas. Por tanto los cursos deben proveer a los estudiantes con material que le den una visión ampliada del emprendedorismo.

En comparación con la educación en Administración, esta educación debe ir mas lejos. Ella no es solamente aprender a resolver problemas, analizar soluciones y encontrar cursos seguros de acción. No es solo hacer planes de negocios. Es mas que eso. Es enfatizar la capacidad para el cambio y ello implica mente abierta. Esa es la capacidad clave y probablemente tiene que ver con la ética.

Se destaca en Francia el apoyo que recibe la disciplina por parte del estado y otras organizaciones , incluso las universidades. Intentando que la misma se convierta en una política de estado para el país.

Finlandia, Mahlberg Tuula (1996)

Se incorporada en los programas de las escuelas secundarias la enseñanza del emprendedorismo como contenido transversal o como materia optativa. La intención es mejorar la actitud emprendedora de los estudiantes y mejorar sus condiciones para afrontar la vida laboral.

El modelo de emprendedor se define como un proceso de cuatro componentes interrelacionados: contexto, planes de negocios, personas y recursos que interactúan y se afectan mutuamente. Con el acoplamiento de todos ellos nuevos negocios en compañías existentes pueden ser creados o nuevas firmas establecidas.

El proceso que se desarrolla se centra en la persona, llamado estudiante en un contexto universitario. Este es el componente sobre el que la institución educativa

F. A. Morea

tiene influencia. Los otros componentes (negocios, contexto y recursos) no son afectados directamente.

El comportamiento emprendedor se define por: *capacidades y competencias, características y atributos, experiencia y background, y motivos y actitudes*. Las capacidades y competencias son posibles de enseñar no así las características y competencias que ofrecen muchas dificultades de enseñar.

Es importante para la educación, desde su perspectiva, estar atentos a estas características y después considerar las más importantes y como pueden ser incorporadas o mejoradas a través de la educación. No se puede decir que una persona es emprendedora o no basándonos sólo en una característica, lo que es importante es el comportamiento emprendedor. Los tipos de comportamientos emprendedores aparecen necesarios en diferentes actividades o negocios; por eso las universidades deben enseñar todos los comportamientos y no solo uno en especial.

En Finlandia el sistema educativo es de avanzada ya que desarrolla modelos transversales y están en la secundaria y la universidad. Hace hincapié en el *comportamiento emprendedor*, el cual buscan desarrollar al máximo durante la educación de sus ciudadanos.

Canadá, Loucks Kenneth (2000)

El emprendedorismo ha emergido, en los últimos veinte años, como una disciplina en las universidades canadienses. Son crecientes en número, profundidad y alcance los cursos ofrecidos por las distintas instituciones educativas. Las currículas que incluyen temas relacionados al descubrimiento de oportunidades, generación y evaluación de ideas de negocios viables. El incremento de la incorporación de estos temas, corrobora que existe una diferencia entre Entrepreneurship y los modelos gerenciales. No se están dictando cursos sobre compañías “virtuales” o e-business. Estos tópicos son discutidos y tratados en los cursos existentes. El rápido crecimiento de la “nueva economía” generará un estudio profundo del emprendedorismo, para los nuevos modelos de exploración y gestión en la era de las “compañías virtuales”.

Los cursos ofrecidos crecieron un 384% en 2 décadas (de 72 a 349 entre 1979 y 1999). Existen 14 cursos distintos en el grado y 9 de pos grado. Hay 8 Universidades que ofrecen Doctorados especializados en Entrepreneurship. Existen 32 centros de Entrepreneurship cuyos objetivos incluyen la construcción de conocimiento en la investigación, nutrir de Entrepreneurship al cuerpo de estudiantes y las economías regionales. El Centro de Entrepreneurship es un fenómeno relativamente reciente pero de gran crecimiento.

Es de destacar el crecimiento que ha tenido la disciplina en éste país. Sólo a través del ámbito académico es que se ha desarrollado, sin un acompañamiento activo por parte del Estado. Los autores señalan que en el futuro la educación debe incluir los temas referidos al e-business y compañías virtuales, dándole así un nuevo giro a la educación para emprendedores.

La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas...

Australia, John Sae (1996)

La educación y entrenamiento de emprendedores en Australia es de suprema importancia, pero el Entrepreneurship como disciplina ha fallado en hallar reconocimiento y aceptación. La percepción pública negativa creada por algunos personajes de dudosa conducta comercial en la década de los 80 ha generado esa idea. Los educadores y capacitadores, creen en Australia, que la educación académica no puede crear un emprendedor. Sólo puede mostrar el proceso para ser exitoso, por que es el individuo el responsable del éxito. Es como un arte, donde algunos son naturalmente talentosos mientras otros deben de trabajar muy fuerte para tenerlo.

En Australia la educación en Entrepreneurship, de acuerdo con Holmes (1990) está en una etapa de niñez, es más, argumenta que “hay poca o ninguna formación sobre negocios en el sistema educativo... los jóvenes simplemente no están captando el mensaje”. Esta afirmación no se corrobora en la realidad por que la educación basada en la creación de un nuevo negocio, ha mejorado y su éxito puede verse a través de las tasas de supervivencia de los nuevos negocios. Está demostrado que la tasa de fracasos en los nuevos proyectos se reduce considerablemente cuando se ha tenido una educación y entrenamiento (William, 1985).

El programa BHP, creado en 1991, se centra en la ayuda a emprendedores y a mejorar la efectividad de los académicos en emprendedorismo. Para desarrollar el emprendedorismo, el Commonwealth y el Gobierno Estatal, establecieron un ente coordinador, el National Industry Extensión Service (NIES) en 1986. El mismo provee material sobre emprendedorismo y programas innovativos para consolidar todo bajo una sola organización.

Las PyMEs en Australia son vitales en la economía, y el Estado se preocupa por fomentar su creación a través de nuevos emprendimientos. Han visto las autoridades como a partir de la educación específica, ha mejorado la tasa de supervivencia de nuevos emprendimientos.

Los acercamientos a la enseñanza sobre emprendedorismo en el sistema educativo son muy fragmentados, con bajos recursos, sin coordinación y de muy baja escala, como para tener el impacto necesario para lograr un rendimiento económico mejor.

Estados Unidos de Norte América, Vesper y Gartner 1997

Las características del sistema estadounidense son:

El primer curso es de 1945, dictado por la Universidad de Harvard, en Boston.

EEUU tiene la mayor cantidad de Universidades que dictan cursos sobre emprendedorismo en valores absolutos y en proporción a las integrantes del sistema. Más de 300 Universidades realizan tareas educativas relacionadas con el emprendedorismo.

F. A. Morea

EEUU es el país que más ha investigado el tema, cuenta con publicaciones, revistas, trabajos de investigación, seminarios e institutos de los mejores en el mundo por cantidad y calidad. Tiene mucho impacto en la comunidad este tipo de educación, ejemplo de ello son simposios públicos, trabajos de consulta de estudiantes, y spin-off de compañías.

Temas sobre negocios familiares, gestión de PyMEs y gestión de empresas de alto crecimiento se incluyen a partir del crecimiento de programas sobre capacidades emprendedoras. La educación en la disciplina deberá estar dentro de la misión de la universidad, ser parte fundamental de su creación. Es cada vez importante la recopilación de datos estadísticos, demográficos y medidas de desempeños de los alumnos que cursan la materia. Esto facilita evaluar los resultados y la calidad de los cursos ofrecidos. Algunas universidades están empezando a crear una base de datos con la información más relevante para el enriquecimiento de la disciplina. Se reconoce que hay diferencias respecto a qué constituye, la disciplina emprendedora, un campo de estudio propio. Hay diferencias en los enfoques: si estar enfocados en la creación de emprendimientos, en el crecimiento, en la innovación, o en la creación de valor o en la propiedad del proyecto. El concepto de emprendedor se extiende a un negocio sin ganancia (Entrepreneurship sin fines de lucro) o un nuevo negocio dentro de una empresa ya existente (Entrepreneurship corporativo).

Individuos con cierta riqueza aportan dinero a universidades para nuevos proyectos, muchas de ellas, están hoy en día captando fondos que los van a usar con fines emprendedores. Muchos programas basados en el Entrepreneurship son creados con aportes significativos, pero no siempre ocurre esto. El emprendedorismo debe ser enseñado en forma transversal en todas las carreras y no solamente en un curso regular. No todas las Universidades tienen esta forma de enseñar dicha disciplina. Según Vesper y Gartner la educación en Entrepreneurship se está moviendo hacia programas más integrados, comprensivos y holísticos.

Es el país que más ha desarrollado ésta disciplina. El desafío es introducir una manera “transversal” de enseñar el emprendedorismo en las Universidades y tener la disciplina como parte fundamental en las cartas orgánicas de las instituciones.

SITUACIÓN DE LA ARGENTINA

La universidad Argentina posee una rica historia relacionada con la intención de luchar contra el dogmatismo e inmovilismo incorporando los avances de la ciencia, la actualización de los conocimientos docentes y la importancia del compromiso que debe tener con su medio. En los comienzos del siglo XX, en la ciudad de Córdoba, se desarrolla un movimiento que transforma aspectos anacrónicos de la universidad, incorporando una nueva visión de los objetivos y misiones de la misma, de la mano de sectores más dinámicos, incluyéndolos en el gobierno de la misma, como son los estudiantes y los graduados.

La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas...

La “Reforma Universitaria” iniciada en Córdoba durante 1918 trajo un conjunto de ideas como la autonomía universitaria, la libertad de cátedra, la cátedra paralela, la renovación de las cátedras y el cogobierno tripartito entre otros. La “revolución” reformista que comienza en Argentina recorre el mundo y es bandera de los movimientos de cambio en muchos partes del mundo y de hecho sus postulados son incorporados en casi todos los países de América Latina y muchos europeos a las universidades.

Luego de ochenta años entre vida “reformista” e intervenciones (fundamentalmente en épocas de dictaduras), se dicta la ley 24.521 en el año 1995, que recoge parte de esa tradición y entre cuyos objetivos se encuentran el desarrollo de la investigación y las creaciones artísticas, contribuyendo al desarrollo científico, tecnológico y cultural de la Nación; así como promover una adecuada diversificación de los estudios de nivel superior, que atienda tanto a las expectativas y demandas de la población como a los requerimientos del sistema cultural y de la estructura productiva.

Estos postulados parecen incorporar un mayor compromiso de la universidad con el desarrollo científico, tecnológico y económico del país. Pero las políticas implementadas durante ese período fueron en otro sentido. Como lo dice Hugo Nochteff (1998) “ el desplazamiento de las políticas científicas, tecnológicas e industriales fue reforzado por la formación de monopolios u oligopolios no innovadores ni transitorios,” Siendo por lo tanto, la ley, una expresión de deseo que no se reflejó en las políticas que impulsaba el gobierno.

La ley, una especie de “solución de compromiso” al decir de Crotsch (1997) mantiene aspectos de la tradición universitaria argentina, fundamentalmente reformista, y los postulados de los factores de poder transnacionales como el Banco Mundial.

Si bien desde el punto de vista del discurso la universidad trató de sacarse los resabios de una universidad “cerrada” o “isla” y, sin relación con el mundo productivo, desde el punto de vista práctico y de la inserción de los graduados en su medio no se operó un cambio de paradigma. El paradigma tradicional del ejercicio liberal de la profesión –“mi hijo el doctor”– o la relación de dependencia, como aspiraciones de trabajo de los graduados se mantuvieron vigentes.

Este cambio de paradigma no estaba en la agenda de la reforma de 1918, ni estuvo hasta casi finalizada la década de los noventa entre los universitarios. En el país no existía una burguesía nacional fuerte e innovadora y con prestigio social propio, que sirviera como ejemplo para algunos sectores universitarios y por ende no constituía un ideario en los jóvenes estudiantes la idea de transformarse en empresarios y constituir nuevas empresas.

En este sentido Dardo Cúneo (1967) haciendo referencia a las primeras décadas del siglo XX, plantea que “ el industrial no acierta a crear su propio prestigio, sus propios módulos, su propia conducta para interpretar al país.” Comenta una aparente contradicción en que siendo Carlos Pellegrini, líder industrialista (a finales del siglo XIX), fue el fundador del Jockey Club la institución más representativa del prestigio social a partir del gran propietario terrateniente. Lo

F. A. Morea

describe como una declinación de los industriales en procura de un reconocimiento social prestado. Agregando más adelante en referencia a esto “ Es uno de los motivos para que Argentina no contara, en su vida nacional, con la necesaria dinámica impartida por criterios propios de una burguesía industrial” para luego agregar “El terrateniente se ha conducido con permanente convicción de impunidad: el industrial con oportunismo de inmadurez”.

Poco después de la reforma universitaria de 1918, a un año del golpe militar de 1930, según Ricardo M. Ortiz (1971) se frustró un avance industrialista por la reacción de los terratenientes ante el avance cuantitativo y cualitativo que implicaba la transformación del país encabezada por los frigoríficos. Ello pone de manifiesto que ese país que no avanzaba por el sendero de la industrialización plena, no era demandante de visiones emprendedoras e innovadoras y por ello no reclamaba de la universidad otro papel.

Esto lo plantea Hugo Nochteff (1998) en su trabajo cuando dice:

“1- La economía Argentina, y las latinoamericanas en general no han sido economías de desarrollo en el sentido schumpeteriano sino - en el mismo sentido- economías de adaptación (tardía desde el punto de vista tecnológico) cuyo comportamiento básico ha sido el ajuste a las oportunidades creadas por otras economías.

2- La elite económica argentina –y probablemente la mayor parte de las latinoamericanas- se ajustaron –y forzaron el ajuste de toda la economía- a esas oportunidades, sin competir por cuasi-rentas tecnológicas.

3- Durante la mayor parte de este siglo estas elites se protegieron de la competencia a través de la consolidación de los monopolios no innovadores no transitorios sostenidos por las políticas gubernamentales

4- El desarrollo se produce debido a que las elites económicas, a través de la innovación, crean posiciones monopólicas que les permitan obtener cuasi-rentas tecnológicas (y a medida que el sistema económico se oligopoliza, este proceso de innovación involucra no solo a elite económica sino a toda la sociedad, en la forma de sistemas nacionales de innovación). Este fenómeno impulsa las etapas de crecimiento acelerado de impulso endógeno...En cambio, el proceso de adaptación a oportunidades externas (con imitación tecnológica tardía), y la formación de monopolios no innovadores ni transitorios es, para la elite económica, una “opción blanda” en esos mismos términos

5- Desde el punto de vista de la economía en su conjunto este comportamiento (la obtención de “opciones blandas”)no lleva a un proceso de etapas o ciclos de desarrollo, sino a una serie de “booms”o “burbujas” que, cuando se terminan, dejan solo algunas gotas aisladas de capacidad tecnológica y productiva y no un nuevo estadio de capacidades sobre las que pueda generarse otro ciclo de desarrollo.

En términos de Schumpeter existen dos términos de procesos económicos: el de desarrollo y el de flujo circular. En el primero “la propia actividad económica altera sus propios datos”. En este caso la economía cambia sus propios datos a través de un proceso de generación endógena de innovaciones”. En cambio, en el de flujo circular, la economía se mueve buscando permanentemente el equilibrio y

La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas...

las fuentes de crecimiento son exógenos o sea externos a la actividad de los empresarios y al proceso económico mismo.

Ante la falta de importancia del rol del empresario en el modelo de desarrollo del país, los empresarios argentinos no tuvieron las características ni la formación necesarias para ser artífices de un crecimiento con impulsos endógenos genuinos. Con la crisis del modelo neoliberal de la década de los 90's y los resultados socio económicos devastadores de la misma, aparece la necesidad de repensar el modelo de desarrollo y el rol del empresario -emprendedor como factor esencial.

La incorporación del Emprendedurismo en Argentina

La posibilidad de empleo para una masa creciente de profesionales salidos de las universidades, la transferencia de conocimientos científicos y tecnológicos en forma directa al medio y muy especialmente, un nuevo perfil de empresario para un nuevo modelo de desarrollo basado en la generación endógena de innovaciones son algunos de los motivos que explican un cambio de tendencia.

Durante la década de los años 90 se han ido incorporando, en las universidades de Argentina cátedras, seminarios, talleres, etc., encaminadas a tratar la temática del emprendedurismo. Este fenómeno se da fundamentalmente como una respuesta del sistema universitario, tanto público como privado, una nueva realidad del país y al auge del tema en otros países que conlleva un reconocimiento del rol del empresario en el proceso de desarrollo. En esta nueva tendencia se enmarca la posibilidad de impactar favorablemente en el desarrollo de la región por parte de la universidad, más allá de los mecanismos tradicionales de la extensión universitaria.

Un estudio reciente (Postigo y Tamborini, 2003) analiza este tema. Los resultados del trabajo indican que hasta mediados de los 90' no existían en el país iniciativas enfocadas al desarrollo de las capacidades emprendedoras. En 1996, el 4% del total de las universidades tenían programas en el área de entrepreneurship, sin embargo, a inicios del año 2003 ese porcentaje ascendió aproximadamente al 30%. Postigo (2003) destaca que este cambio no fue impulsado por políticas gubernamentales, sino, mas bien, por demandas del entorno.

Sin embargo existe una concentración de los cursos, seminarios etc, a nivel de grado y solo el 23% en los posgrados . De los cursos de grado la mayoría están en los últimos años orientados a confeccionar Planes de Negocios. La mayoría de ellos no son de cursado obligatorio.

Las universidades que introdujeron estos contenidos están ubicadas (85%) en la Capital Federal y en la Provincia de Buenos Aires, lugar que concentra un tercio de la población del país. Siendo las principales las facultades de económicas seguidas de algunas facultades de ingeniería.

La cátedra Karel Steuer de Entrepreneurship (Universidad de San Andrés), es uno de los ejemplos más importantes a nivel nacional de diseño de un programa orgánico, integral y flexible de formación en emprendedurismo. El mismo nace bajo el patrocinio de un empresario local y cuenta con un aspecto distintivo

F. A. Morea

relativo a su transversalidad a la curricula académica de todas las orientaciones que ofrece la universidad. El programa está compuesto por tres módulos de entrepreneurship en un curso obligatorio del primer año, dos seminarios especiales y tres cursos optativos.

Esto constituye una diferencia sustancial con otros programas desarrollados en Argentina, donde existen materias aisladas que pueden cursarse sólo por alumnos del último año y en ocasiones se limitan a algunas carreras, en especial aquellas orientadas a negocios o ingenierías. Sin embargo, este tipo de experiencias son pocas e incipientes. La inexistencia de una política educativa que incluya el emprendedorismo, los criterios conservadores a la hora de las reformas de los planes de estudio, y como se planteo anteriormente, la falta de un modelo de desarrollo económico, que reconozca el rol del emprendedor, son los obstáculos más importantes a salvar para que la universidad incluyan en los perfiles de sus graduados y en las curriculas el emprendedurismo.

ELEMENTOS PARA INCLUIR EN LOS PLANES DE ESTUDIO

Esta sección pretende esbozar una propuesta conteniendo herramientas sobre la educación en emprendedorismo, para que los gestores y comunidades universitarias, fundamentalmente de Argentina y Latinoamérica, tengan a mano a la hora de repensar los objetivos, perfiles y curriculas de las carreras y egresados de sus casas de estudio.

Tendencias Internacionales

En todos los países analizados, salvo en EEUU que lleva cuarenta años, la disciplina se incorpora en las últimas dos décadas. Existe una cierta moda en el tema pero, por otro lado, se lo considera como base para el desarrollo económico por lo que las universidades han incorporado programas sobre emprendedorismo.

La incorporación sobre capacidades emprendedoras, en los niveles formales de educación anteriores al universitario, se están realizando como contenido transversal en forma optativa (Finlandia) u obligatoria (Australia), partiendo del entendimiento de que si se comienza con el desarrollo del tema a más temprana edad, se aumentan las capacidades emprendedoras.

En la mayoría de esos países se toma al emprendedorismo como una disciplina pensando que emprendedor se nace y se debe incentivar el espíritu emprendedor y aumentando el comportamiento como tal (Francia, Finlandia y Estados Unidos).

El rol del Estado, en sus niveles nacional, provincial y municipal, es central por el desarrollo de políticas, ayuda, subsidios, capacitación a emprendedores, formación de formadores y creación de organismos que los agrupe.

Existe una coincidencia en cuanto a que la tasa de supervivencia de los emprendimientos se incrementa con mayores niveles de capacitación sobre el

La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas...

tema. Se está comenzando, también, a relacionar el tema de emprendedorismo con las compañías virtuales y e-busines. Esta capacitación también orienta al autoempleo, como diferencia a los modelos gerenciales.

La formación de formadores, que puedan transmitir las características propias de los emprendedores como el descubrimiento de oportunidades, la generación y evaluación de ideas de negocios, etc., es uno de los primeros aspectos a cubrir para desarrollar la disciplina.

Como incluir el emprendedorismo en la educación superior

Los objetivos de aprendizaje incorporan los contenidos y los comportamientos que deberán dominar los estudiantes al final de sus estudios. La selección de estos, debe responder a las necesidades sociales e individuales y para ello el plan de estudio debe tener en cuenta: a) el resultado último buscado: como formación profesional, como investigador, como docente, etc. b) el contexto social, político, económico, cultural del alumno y de la universidad. c) la universidad y d) el estudiante (Glasman R, Ibarrola M. 1987).

Asimismo la educación superior, sobre creación de empresas, se puede dividir según Laukkannen (2000) en dos grandes áreas, educación “about” entrepreneurship y educación “for” entrepreneurship. En la primera la mirada se centra en lo social y como tal se lo aborda. Se estudian las teorías, los procesos y la contribución al desarrollo de la creación de nuevas firmas. En el segundo enfoque de lo que se trata es de poner en marcha un emprendimiento. Intenta desarrollar un compromiso personal del estudiante con el nacimiento de una nueva empresa. Por ello, este último, busca a emprendedores potenciales que estén interesados en desarrollar las habilidades y conocimientos, junto con el manejo de herramientas, necesarias para poner en marcha una empresa.

Mason (2000), explica que con este enfoque se busca desarrollar las habilidades claves y los atributos necesarios para posibilitar el surgimiento de una nueva empresa. En el primer enfoque “acerca” se trate de transferir conocimientos teóricos que sirven para entender el fenómeno y en la segunda “para” se desarrollan las competencias, habilidades y valores de la actividad empresarial. Por supuesto que estos dos enfoques conllevan dos objetivos de enseñanza distintos y por lo tanto dos métodos distintos de llevarlas a cabo.

Liseras, Gennero, Graña (2003), plantean que la vocación emprendedora es superior en los alumnos que han participado en cursos específicos sobre creación de empresas y que la mayor vocación emprendedora en las universidades privadas se puede relacionar con el entorno familiar y universitario con más modelos de empresarialidad y contextos familiares de mayores ingresos. Las características personales actitudinales son la propensión al riesgo, la creatividad, la autoconfianza la orientación a la acción y la capacidad de negociación. Es por ello que la universidad, sobre todo la pública, debe brindar capacitación en creación de empresas, incorporar experiencias y contactos con emprendedores que brinden un

F. A. Morea

modelo de rol, desarrollen valores y actitudes empresariales y mejoren las posibilidades de acceder a las fuentes de financiamiento.

La enseñanza universitaria debe integrar, en sus objetivos, las necesidades individuales y las de la sociedad. Es por ello que los planes de estudio y todas las otras actividades deben incluir, junto con los contenidos tradicionales, el emprendedorismo como una respuesta a la demanda de empleo, al impulso del desarrollo local, a la transferencia de tecnología, a la inserción laboral de los graduados, etc.

En base a la experiencia desarrollada por distintas organizaciones, entre ellas la universidad Argentina, y las experiencias internacionales, podemos enumerar para ejemplificar, sin pretender agotar la lista, distintas formas o herramientas a utilizar para la enseñanza del emprendedorismo y el desarrollo de vocaciones emprendedoras. Estas pueden usarse en forma separada o en conjunto:

Seminarios extracurriculares: estos cursos están destinados a brindar información *sobre* emprendedurismo a los efectos de sensibilizar sobre la temática y un abordaje primario del tema.

Materias o seminarios optativos: estas materias están destinadas a dar orientación en la enseñanza de grado cuando las curricula son flexibles. Esta orientación es elegida por el alumno de acuerdo a sus inclinaciones y preferencias. Normalmente se encuentran en los años superiores casi cuando los alumnos han completado su formación profesional.

Materias obligatorias: en ellas se dictan los contenidos de emprendedorismo como parte obligatoria de contenidos a incorporar por los alumnos durante su recorrido curricular. Se concentra la temática en una o más materias y se eslabonan los mismos en “el sentido vertical en forma sucesiva” (Glasman R, Ibarrola M. 1987).

Contenidos sobre emprendedorismo materias del curso regular: Se incorpora el contenido en algunas materias, generalmente desde el inicio de la carrera. Estas materias que integran la curricula mayoritariamente son de administración o gestión y economía,

Contenidos transversales: se incorporan contenidos de emprendedorismo en distintas materias “en el sentido horizontal, que se imparten en forma simultanea” (Glasman R, Ibarrola M. 1987) en los distintos ciclos o años que contiene el plan de estudio.

Cátedra con emprendedores: Se incorporan emprendedores a las actividades académicas curriculares dictando clases, cursos o seminarios para permitir a los alumnos conocer e interactuar con emprendedores y rescatar sus experiencias y valores.

Apoyo a emprendedores (es muy importante la participación de los alumnos, en esta actividad, pues los pone en contacto con la problemática concreta de emprendedorismo):

- a) Oficina destinada a *apoyar a los emprendedores en la puesta en marcha del proyecto* en aspectos como plan de empresa (planeamiento, administración, legales, contabilidad, comercialización, etc.).

La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas...

- b) *Consultoría permanente* a emprendedores destinada a apoyar la gestión de los proyectos. Esta actividad puede estar realizada por alumnos avanzados con tutoría de docentes.
- c) Apoyo en la *búsqueda de financiamiento*, de distintas fuentes, a las que puede acceder el emprendedor. Esto es fundamental para los casos de los alumnos que por provenir de familias de ingresos medios o medios bajos se les dificulta financiar sus proyectos.
- d) *Fondos reintegrables*, especiales, para el inicio de actividades manejados por la universidad solamente o en conjunto con otras organizaciones que apoyan la creación de empresas y la innovación.
- e) *Club o asociación de emprendedores*, apoyado por la universidad e integrado por emprendedores y en donde intercambian experiencias y articulan acciones sectoriales en conjunto.

Concursos de proyectos: con capacitación y financiamiento a los elegidos, para proyectos innovadores realizados por alumnos y/o jóvenes emprendedores de la comunidad.

Foros de emprendedorismo: en ellos se relacionan los emprendedores, que difunden sus proyectos, con organizaciones financieras y financistas individuales, que exponen sus líneas de financiamiento. Estos foros tiene el doble objeto de capacitar a los emprendedores sobre las líneas de financiamiento existentes en el mercado y de conseguir financiamiento para los proyectos más atractivos.

CONCLUSIONES

Podemos concluir que la enseñanza del emprendedorismo por parte de las universidades no debe ser algo esporádico, inorgánico y desestructurado. Debe estar orientado tanto a la enseñanza “acerca” como “para” emprendedores. Los resultados más exitosos incluyen los cursos de capacitación y otras actividades sobre creación de empresas, pero siempre orientados a la creación de emprendimientos para aquellos que han desarrollado más vocación emprendedora. En este sentido se propone algunos elementos a tener en cuenta para diseñar la enseñanza del emprendedorismo en las universidades.

- **Transversal**: el emprendedorismo debe ser enseñado en forma transversal en todas las carreras.
- **Cursos regulares**: los temas de emprendedorismo, se deben dictar preferentemente, en los cursos regulares y, subsidiariamente, en cursos y actividades no regulares.
- **Desde los primeros años de las carreras**: se debe incorporar el dictado de la temática sobre emprendedorismo, desde los primeros años, a los efectos de despertar las vocaciones emprendedoras y mostrar otras alternativas de aplicar los conocimientos profesionales.
- **Contacto con emprendedores**: en la enseñanza del tema es fundamental incorporar contactos con emprendedores. Estos pueden disertar sobre temas

F. A. Morea

- especiales en las materias regulares o solamente relatar sus experiencias en cursos o charlas.
- **Servicios de apoyo:** Apoyar a los emprendedores en la puesta en marcha y acompañar en la gestión. En los se puede incorporar alumnos de los últimos años de las carreras.
 - **Unidades organizacionales especializadas:** Estas unidades contarán con la participación de docentes, investigadores y alumnos de las distintas disciplinas y sus actividades estarán orientadas a promover, apoyar y crear relaciones en emprendedorismo.
 - **Seleccionar y apoyar los proyectos e ideas innovadoras** generados por alumnos. Esto se puede realizar, por ejemplo, a través de concursos con premios: monetarios, acceso a financiamiento, capacitación, asesoramiento, etc.
 - **Redes de instituciones universitarias y no universitarias de emprendedorismo:** posibilita socializar las experiencias y oportunidades existentes en el medio, así como facilitar el acceso conjunto a recursos, que de hacerse en forma individual, resultan muy onerosos.
 - **Formación de formadores:** debe ser un aspecto importante en la agenda. Si no hay docentes formados y compenetrados con la problemática del emprendedorismo no se puede guiar a los alumnos en su proceso de aprendizaje.

REFERENCIAS

- Cuneo, Dardo (1967), "Comportamiento y crisis de la clase empresaria" Ed. Pleamar Argentina
- Kantis, H.; Postigo, S.; Federico, J. and Tamborini, M. F. (2002). "The emergence of university graduates entrepreneurs: what makes the difference?" Empirical evidences from a research in Argentina." RENT XVI Conference, Barcelona, Spain.
- Krotsch, Pedro (1997) "El peso de la tradición y las recientes tendencias de privatización en la Universidad Argentina: hacia una relación público-privado". Revista Sociedad, Facultad de Ciencias Sociales UBA, Argentina.
- Gibb A (1996) "Small firms' training and competitiveness. Building upon the small business as a learning organization" International Small Business Journal. 15/3, 1996.
- Glasman Raquel; Ibarrola María de (1987) "Planes de estudio, propuestas Institucionales y realidad curricular". Editorial Nueva Imagen.
- Graña, F. (2002) *Creación de empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas*. Editorial Martín.
- Laukannen, M (2000). "Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micro mechanisms for endogenous regional growth." *Journal of Entrepreneurship and Regional Development*; 12.
- Liseras N. Gennero A. y Graña F. (2003) "Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios" IV jornadas de difusión de la investigación en economía. Centro de investigaciones económicas Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, UNMP.
- Louksm K., Menzies, T. and Gasse, Y. (2000). "The evolution of Canadian University entrepreneurship education curriculum over two decades." Conference Internationalizing Entrepreneurship Education and Training (IntEnt 2000), Tampere, Finland.
- Mason, C. (2000). "Teaching entrepreneurship to undergraduate: lessons from leading centers of entrepreneurship education." University of Southampton. Department of Geography.
- Nochteff, Hugo (1998) *La economía argentina a fin de siglo: "Fragmentación presente y desarrollo ausente"*, Eudeba-Flacso ed.
- Obrecht, J. (1999). "Entrepreneurship education and training in France: A new challenge to the Universities." University Robert Schuman. Strasbourg, France.
- Ortiz, Ricardo M. (1971) "Historia económica de la Argentina" tomo 1 Ed. Plus Ultra Buenos Aires, Argentina.

F. A. Morea

- Postigo, S. & Tamborini, M. F. 2002. "Entrepreneurship education in Argentina: The case of San Andrés University." Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference, (IntEnt02), Malaysia.
- Shiersmann, S.; Graña, F. y Liseras, N. (2002) "Vocación emprendedora en alumnos universitarios avanzados: El caso de las Facultades de Ciencias Económicas de FASTA y de la UNMDP". 7ma. Reunión anual red pymes mercosur, Rafaela. Publicación en CD.
- Ussman, A. and Postigo, S. (2000). "O Papel da Universidade no Fomento da Função Empresarial." Anais Universitarios. Ciências Sociais e Humanas. 1990-2000 Yearbook Special Issue.
- Varela, R. 1997. "Entrepreneurial education in Latin America. Center for Entrepreneurship Development." Cali, Colombia: ICESI
- Veciana, J. M. (1998). "Entrepreneurship education at the university level: a challenge and a response." Paper presented at the Rencontres de St. Gall.
- Veciana, J. M. (2002). "Comments on the results of a comparative study on Entrepreneurship between East Asia and Latin America.", in Kantis, H. Ishida, M & Komori, M. 2002. Entrepreneurship in emerging economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia. Inter-American Development Bank, Department of Sustainable Development, Micro, Small and Medium Business Division.
- Vesper, K. and Gartner, W. (1997). "Measuring Progress in Entrepreneurship Education." *Journal of Business Venturing*, 12(5): 403-421.