

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:

Núlan

**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/2571/>

LA UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA: ANÁLISIS DE LA VOCACIÓN EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA

Juan Pablo Fratuzzo

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales- Universidad Nacional de Mar del Plata.

fratuzzoram@hotmail.com

A. INTRODUCCIÓN

El proceso de generación de emprendimientos y creación de empresas ha venido adquiriendo creciente importancia en el plano de la política económica (Kantis y Komori, 2002), siendo considerado como un fenómeno complejo y vinculado a factores sociales, culturales y económicos, cuya importancia radica en su contribución al crecimiento económico, al desarrollo de nuevos actores para completar y diversificar cadenas de valor y clusters, a la creación de empleo, al fortalecimiento de los procesos de innovación y la promoción del recambio generacional del empresariado (Shapiro, 1984; Audretsch, 1995; Gibb y Ritchie, 1982; Buame, 1992; y Kantis, 2004).

Todo proceso emprendedor conlleva un sinnúmero de complejidades que deben ser abordadas de manera integral por quien comienza un proyecto productivo o comercial. La sustentabilidad económica del emprendimiento será en todos los casos el determinante del éxito, y se ve amenazada por una serie de particularidades: su tamaño, su escala de producción, problemas para acceder a financiamiento, desconocimiento de mercado, carencia de redes, información asimétrica, entre otros (Kantis y Drucaroff, 2011). Un sondeo del Instituto de Investigaciones de Cs. Administrativas, (Galán et. al., 2004) demuestra que si los emprendimientos son gerenciados por profesionales (de cualquier formación), sus resultados, medidos según la rentabilidad, la salud de la empresa y los niveles de ventas, son ostensiblemente superiores a los dirigidos por sus pares no profesionales. Esta relación positiva entre el nivel de formación del emprendedor y los resultados económicos de un emprendimiento coinciden con el trabajo realizado por Veciana (2002), quién al respecto afirma que “mientras la tasa de fracasos en la creación de empresas por parte de 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.”

El fomento del espíritu emprendedor promueve el auto empleo como una alternativa de carrera al tiempo que proporciona a los alumnos habilidades y conocimientos requeridos para la creación de empresas. Pero... ¿es la formación impartida por nuestro sistema educativo la necesaria para generar una influencia emprendedora en nuestros alumnos?, ¿la Universidad contribuye a la creación y al desarrollo de nuevas empresas?, ¿qué conocimientos y que metodologías de enseñanza son las más adecuadas al buscar desarrollar nuevos emprendimientos?

En el presente trabajo se incursiona concretamente en el análisis de la influencia de la formación universitaria sobre la vocación emprendedora de los alumnos de cuatro carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCEyS) de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP), consideradas profesionalistas, comparando la situación en el segundo año, y en el último de sus respectivas carreras.

Objetivo general del trabajo de Investigación

Determinar si la educación universitaria recibida por los alumnos de las carreras de: Contador Público, Licenciatura en Administración, Licenciatura en Economía y Licenciatura en Turismo dictadas en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales [FCEyS], perteneciente a la Universidad Nacional de Mar del Plata [UNMDP], fomentan la Vocación Emprendedora de los alumnos.

Objetivos particulares del trabajo de Investigación

Relevar las expectativas, vocación y habilidades emprendedoras de los alumnos de las carreras mencionadas anteriormente.

B. MARCO TEÓRICO

Argentina ofrece evidencias de un creciente interés por el desarrollo emprendedor en diversas formas. La aparición del tema en la agenda de políticas públicas manifestado por el surgimiento de programas de apoyo específicos para emprendedores, una mayor aparición de relatos emprendedores en medios masivos de comunicación o incluso suplementos específicos destinados a emprendedores, son algunas muestras de un mayor interés de la sociedad por la temática emprendedora. (Braidot y Cesar, 2013). Desde distintas concepciones ideológicas y remarcando la importancia del desarrollo de

una cultura emprendedora. Este interés se basa, en gran parte, en las evidencias acerca de su contribución al crecimiento y desarrollo económico.

El momento actual contempla un escenario mundial de transformaciones y viene siendo marcado por diversas características peculiares, presentando nuevos desafíos y oportunidades para las persona, para las organizaciones y para la sociedad, al mismo tiempo en que son definidas una nueva realidad y una apertura para nuevas perspectivas (Braidot, 2015).

Para enfrentar los desafíos demandados por este contexto de cambios, el espíritu empresarial y la innovación son destacados como los temas emergentes, constituyéndose en importantes Instrumentos en la búsqueda de soluciones para los problemas sociales, para la generación de trabajo y renta y en la búsqueda de un desarrollo sustentable (social, económico y ambiental). Crece una corriente de investigadores que realzan la importancia del espíritu empresarial y de la innovación en la formulación de políticas gubernamentales volcadas hacia el desarrollo socio-cultural y económico de los países y regiones (Ilva, Gomes e Correia, 2009; Souza e Souza, 2006; Cunha e Steiner Neto, 2005).

La nueva visión de la innovación implica cambios importantes en la Universidad de tal forma que pase de ser agente aislado que da inicio (investigación básica) o continuidad (investigación aplicada) al proceso innovador a agente más activo con las empresas (relación universidad-empresa). Lo anterior se puede lograr a través del diseño selectivo de políticas de interacción entre la universidad y la empresa, por medio de las cuales la universidad continúe participando en una mayor proporción en los procesos de innovación. Las nuevas formas de producción del conocimiento ponen en cuestión las viejas líneas de demarcación entre disciplinas e instituciones, de modo tal que las universidades pueden adoptar valores de la cultura empresarial y, a la inversa, las empresas pueden adquirir normas típicas de la cultura académica. Todo ello implica repensar una pregunta recurrente sobre los límites existentes entre ambas lógicas; además del interrogante sobre la capacidad de cada una de las partes para fijar e imponer criterios de trabajo y evaluación (Gibbons y Limoges, eds., 1994).

La misión de la universidad se ha ido acrecentado y complejizando desde su origen, como primera institución de la modernidad, manteniendo desde siempre una íntima relación con su entorno socioeconómico (Cortes Aldana, 2006). Frondizi es muy explícito en este punto. Esboza el surgimiento de la transferencia tecnológica como

parte central de la actividad de las universidades, a partir de la combinación de ciertos factores tales como el compromiso de mantener un legado cultural, una misión social y políticas de extensión (Fronidzi, 1971).

Además de la responsabilidad de los jóvenes a su cargo, los profesores tienen obligaciones que varían según el campo que cultivan. Los problemas concretos de la comunidad referentes a salud pública, vivienda, desarrollo industrial, educación, régimen jurídico y otros similares, esperan su contribución en forma de asesoramiento o investigación. El profesor debe sentir esa obligación y no considerar los requerimientos del medio como una limitación a su libertad, sino como la oportunidad que se le ofrece para servir al contorno social (Fronidzi, 1971).

C. METODOLOGÍA

Este trabajo es un estudio de tipo descriptivo. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986). Por ello, las técnicas estadísticas utilizadas para el análisis son la prueba Chi cuadrado (X^2) de independencia de variables y el Test U de Mann Whitney de comparación de medias.

Fuente de datos

La fuente de información es de tipo primaria, obtenida por medio de una encuesta autoadministrada.

La muestra analizada está compuesta por 295 estudiantes (186 correspondientes a segundo año y 109 a quinto año de las carreras antes mencionadas). La muestra se ha diseñado siguiendo un muestreo estratificado por carrera.

A partir de dicha información, se construyeron los indicadores para analizar las expectativas, vocación emprendedora, actitud emprendedora, intención emprendedora y comportamiento emprendedor. De los individuos relevados se tomaron para su procesamiento solo a aquellos que cumplieren con la característica de ser residentes en el Partido de General Pueyrredón. Existen fuertes influencias del medio cultural en el cual el emprendedor se desenvuelve. El entramado de empresas, instituciones, valores y actitudes sociales enraizados en una localidad estimulan los procesos emprendedores

(Gennero et al., 1998; Mueller & Thomas, 2000). Tanto el entorno institucional como la cultura empresarial de la región son elementos que impulsan y hacen viables las nuevas ideas de negocio surgidas en un determinado ámbito local.

Tabla 1. Ficha Técnica de la Investigación

Ambito geográfico: Local (Universidad Nacional de Mar del Plata) Población universo: Estudiantado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Tamaño del universo: 4128 estudiantes Modo de aplicación: Cuestionario estructurado y autoadministrado Método de muestreo: Muestreo estratificado por carrera Tamaño de la muestra: 295 encuestas válidas Fracción de muestreo: 7,14% Error: $\pm 2,5\%$ ³³ Nivel de confianza: 95%
--

Fuente: Elaboración propia

D. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En primer lugar, se observa que el proceso formativo de los estudiantes universitarios no se ve acompañado por las preferencias laborales futuras de los mismos. Tanto los estudiantes de los primeros años, como aquellos próximos a graduarse presentan una fuerte vocación emprendedora, manifestando como preferencia laboral futura la actividad independiente. Esto no solo se da entre los alumnos de un mismo año sino que a medida que aumentan los años de formación recibida (progreso en la carrera) esta brecha se amplía. La Universidad debe facilitar mediante el proceso formativo, las herramientas necesarias para que la alternativa de desarrollo independiente se conciba efectivamente como una opción alcanzable y sostenible en el tiempo. Modificaciones en los planes de estudio, vinculación entre cátedras de una misma unidad académica y de distintas unidades académicas, trabajo interdisciplinario y procesos formativos con nuevas metodologías de enseñanza se avizoran como posibles respuestas a la situación actual que presenta la enseñanza universitaria.

En segundo lugar y del análisis por carrera se puede percibir que existen diferencias entre las preferencias laborales de los alumnos encuestados. Mientras los alumnos de las carreras de: Contador Público, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Turismo manifiestan interés por la alternativa de desarrollo autónomo creando su propia empresa, los de la Licenciatura en Economía expresan una mayor preferencia por el

³³ A partir de la fórmula $e = K \sqrt{\frac{p \cdot q}{n} \cdot \frac{(N - n)}{(N - 1)}}$ donde $p = q = 0,5$ con una significatividad del 95% ($K = 1,96$).

trabajo en relación de dependencia en una gran empresa privada (tanto en segundo como en quinto año).

Finalmente, se puede advertir que el modelo de rol paterno influye de forma positiva sobre la vocación emprendedora de los estudiantes de segundo y quinto año. En ambos casos la figura paterna juega un papel importante para fomentar el deseo y la credibilidad de la actividad emprendedora en el individuo, tendiendo los hijos a escoger una ocupación no muy distinta a la de sus padres.

Contrastando las hipótesis planteadas en esta investigación, se visualiza que el proceso formativo no genera cambios en las expectativas laborales de los estudiantes de la facultad de ciencias económicas, ni tampoco en las expectativas sobre ingresos futuros de los mismos. La Universidad debe contribuir al desarrollo de actitudes e iniciativas emprendedoras, para mejorar la calidad de vida de las personas y para lograr que a partir del desarrollo de nuevos emprendimientos, se genere el desarrollo de la comunidad en la cual está inserta. Este crecimiento y desarrollo permite que se dinamicen las estructuras productivas, incrementando la eficiencia, profesionalizando los equipos de trabajo, generando empleo de calidad, disminuyendo costos y logrando que las industrias sean competitivas a nivel internacional. Tal y como expresa Galán (2004) “el desarrollo de nuevos emprendimientos, llevados adelante por profesionales presenta menores probabilidades de fracaso que aquellos emprendimientos gerenciados por sus pares no profesionales”.

En lo relativo al análisis de las habilidades emprendedoras se constato que existen diferencias estadísticamente significativas en 3 de los 10 atributos analizados. Los estudiantes de segundo año tienden a valorar en mayor medida los atributos relacionados con la fijación de metas claras y con la persuasión y el desarrollo de redes de apoyo. Ambos atributos son de suma importancia a la hora de llevar adelante un proyecto de empresa. Por otro lado, los estudiantes de quinto año tienden a valorar en mayor medida atributos vinculados con el exigir eficiencia y calidad en los trabajos. Este atributo permite avizorar que los alumnos del último año se muestran más reacios a dejarse llevar por caminos triviales, tendiendo a buscar vías diferentes y a ser más inconformistas, lo que les lleva a querer sentirse protagonistas de los cambios y de nuevas soluciones.

Por último, sería necesario trabajar en el análisis de los planes de estudio de las cuatro carreras mencionadas, y evaluar si los mismos son acordes a nuestros tiempos y a las

necesidades actuales de nuestra sociedad. La Universidad debe ser capaz de generar lazos más cercanos con los sectores productivos locales que permitan detectar potenciales oportunidades de negocios para la creación de nuevas empresas, reconociendo y promoviendo vínculos entre los actores que conforman las cadenas de valor de sectores productivos estratégicos, y jóvenes emprendedores que generan bienes y servicios a través de sus nuevos emprendimientos.

E. RECOMENDACIONES

La temática del Emprendedorismo abarca en su estudio múltiples aristas. Desde aspectos relacionados con lo actitudinal, habilidades y comportamiento de los individuos, hasta conocimientos vinculados con las metodologías de enseñanza y con los contenidos impartidos en las distintas cátedras.

En lo relativo al estudio realizado se podría continuar analizando distintos aspectos relativos a las habilidades que presentan los estudiantes, las limitaciones y principales problemas con los que se encuentran para emprender y las herramientas que consideran necesarias para poder llevar adelante proyectos empresariales como verdadera alternativa de desarrollo profesional a futuro. Una revisión de los conocimientos impartidos en las distintas cátedras vinculados con la promoción del desarrollo emprendedor tendría incidencia positiva para la creación de una empresa propia.

También se podría profundizar el análisis por género. Se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las habilidades emprendedoras más desarrolladas en las mujeres y aquellas más desarrolladas en los hombres. Sería necesario indagar en profundidad cuales son las diferencias y construir herramientas y dispositivos de aprendizaje que faciliten el desarrollo de aquellas habilidades necesarias para llevar adelante emprendimientos.

Otro aspecto favorable para el surgimiento de nuevos emprendimientos está relacionado con la detección de oportunidades. Una mejor articulación entre las actividades de investigación y extensión permitiría conocer de forma más precisa las necesidades que presentan los distintos sectores productivos y las alternativas para la creación de nuevas empresas que fortalezcan aquellos eslabones de las cadenas de valor menos desarrollados.

F. BIBLIOGRAFÍA

- Agosin, M. R., Fernández Arias, E., Crespi, G., Maffioli, A., Rasteletti, A., Wagner, R., ... & Trejos, A. (2014). *¿Cómo repensar el desarrollo productivo?: Políticas e instituciones sólidas para la transformación económica*. Inter-American Development Bank.
- Aldrich, Howard E. (2005). «Entrepreneurship», Smelser, Neil and Richard Swedberg, *The Handbook Economic Sociology*, Princeton University Press: 451-477.
- Ander-Egg, E. (1987). . Buenos Aires, Editorial Humanitas, 21è. ed. Técnicas de investigación social.
- AUDRETSCH, B. (2007): «Entrepreneurship capital and economic growth», *Oxford Review of Economic Policy*, vol. 23, nº 1, pp. 63-78.
- Braidot, N y Cesar, R (2013), “La Universidad como Promotora de Actitudes Emprendedoras”, en *Creatividad e Innovación Aplicadas al Desarrollo Emprendedor*. Ed. Universidad Nacional de Santa Fe (e-book). Disponible: <http://www.unl.edu.ar/emprendedores/wp-content/uploads/2013/12/Creatividad-e-innovaci%C3%B3n-aplicadas-al-desarrollo-emprendedor.pdf>. Último acceso: mayo de 2015
- Braidot, N. Cesar, R y González, V. (2014), “Competencias Emprendedoras en la Formación de Ingenieros, un desafío necesario”. *Trabajos Seleccionados del Segundo Congreso Argentino de Ingeniería 2014*. Ed. CONFEDI, San Miguel de Tucumán, Tucumán, Argentina.
- Braidot, N., Cesar, R., & González, V. (2015). Programa regional de emprendedorismo e innovación en ingeniería: una experiencia colaborativa para la promoción de la empresarialidad en carreras de ingeniería. *Ingeniería solidaria*, 11(18), 93-111.
- Castells, M. (2006). *Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica*. In *La sociedad red: una visión global* (pp. 27-75). Alianza Editorial.
- Chamorro, E. T., & Villa, J. J. B. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuaderno de Administración*, 20(34), 39-63.
- Cortés Aldana, Félix Antonio (2006) “La relación universidad-entorno socioeconómico y la innovación”, *Revista Ingeniería e investigación*, 26, 2: 94-101.
- De Miguel Díaz, M. (2005). Modalidades de enseñanza centradas en el desarrollo de competencias. Orientaciones para promover el cambio metodológico en el Espacio Europeo de Educación Superior. Oviedo: Universidad de Oviedo, 109-14.
- De Proyectos, P. D. T., & de Buenas Prácticas, P. G. (2004). *Promoción del Espíritu Emprendedor desde el Sistema Educativo*.

- Directorate-General for Enterprise and Industry. (2008). Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies. European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry, Unit E.1: Entrepreneurship, en URL:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf
- Dolabela, F. (2005). Taller del Emprendedor: una metodología de enseñanza que ayuda a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de las regiones. Universidad Nacional de Rosario.
- Económico, C., & Europeo, S. (2003). Libro verde: el espíritu empresarial en Europa. Bruselas, Comisión de las Comunidades Europeas, http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2003/com2003_0027es01.pdf.
- Ecotec (2007). Design and implementation of the pilot action "ERASMUS for young entrepreneurs". Enterprise and industry. Working Paper, 2.
- Extraído de la nota realizada en el newsletter del PRODEM N° 5 de abril de 2011. Se puede consultar en <http://www.prodem.ungs.edu.ar/blog/category/newsletter-5-marzo-2011>.
- Frondizi, Risieri (1971) La Universidad en un mundo de tensiones. Misión de las Universidades en América Latina. Paidós, Buenos Aires.
- Galán, L., Santangelo, M. A., Mollo Brisco, G. F., & De Giusti, E. (2004). El espíritu emprendedor en la formación de profesionales de las Ciencias Económicas. Ecos de Grado y Posgrados, 1.
- Harvard University. Research Center in Entrepreneurial History, & Schumpeter, J. A. (1949). Change and the Entrepreneur: Postulates and Patterns for Entrepreneurial History. Harvard University Press.
- Kantis, H. (2003) "Estudio en el area de desarrollo empresarial en la República Argentina: La creación de empresas en Argentina y su entorno institucional". Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA)-UNGS
- Kantis, H. (2008). *Aportes para el diseño de programas nacionales de desarrollo emprendedor en América Latina*. Inter-American Development Bank.
- Kantis, H., & Drucaroff, S. (2011). *Corriendo fronteras para crear y potenciar empresas*. Ediciones Granica SA.
- Kantis, H., Postigo, S., Federico, J., & Tamborini, F. (2002). El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina. Presentado en: RENT XVI Conference, Barcelona, España. [En línea]. Disponible en: [http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/Paper%20RENTXVI%20\(Espa%F1ol\).pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/Paper%20RENTXVI%20(Espa%F1ol).pdf)
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2012). The global entrepreneurship monitor. 2011 Global Report, GEM 2011, 7.

- Mollo Brisco, G. F. (2008). El espíritu emprendedor en la formación de los nuevos profesionales (Doctoral dissertation, Facultad de Ciencias Económicas). Sexton, D. y Veper, K, The Encyclopedia of Entrepreneurship, Cap. 4, pp. 72-90
- Monteagudo, I. C., & Martínez, M. S. C. (2008). El emprendedor schumpeteriano y el contexto social. Información Comercial Española, ICE: Revista de economía, (845), 121-134.
- Sánchez, P. P. I., Maldonado, C. J., & Velasco, A. P. (2012). Caracterización de las Spin-Off universitarias como mecanismo de transferencia de tecnología a través de un análisis clúster. Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa, 21(3), 240-254.
- Schumpeter, J. A. (1911). 1934. The theory of economic development.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982) The Social Dimensions of Entrepreneurship. En Kent, C.; Torres Carbonell, Silvia (2010). Reporte GEM Argentina 2010, Centro de Entrepreneurship IAE Business School, GEM Argentina, Buenos Aires.
- Verguizas, A., Camacho, A., Viorreta, C., & Kearney, N. (2004). Promoción del espíritu emprendedor desde el sistema educativo. Potencial de transferencia de proyectos y productos de buenas prácticas. Madrid, España.