

LA FORMACIÓN DE EMPRESARIOS EN LAS UNIVERSIDADES

(*) *Mg. Nemesio Espinoza Herrera*

EL ROL DE LAS EMPRESAS Y DE LOS EMPRESARIOS EN EL DESARROLLO NACIONAL

Existen tres principales factores que se interrelacionan en el proceso de desarrollo nacional¹: los recursos naturales, las entidades y la población. El Perú, como se sabe, es rico en recursos naturales (clima, flora, fauna, minerales, etc.), también en el país existe una gran cantidad de entidades (empresas, instituciones, el Estado y los hogares), Tiene también una riqueza grande e importante: su población. (Véase [gráfico N°1](#)).

Los recursos naturales, aun siendo ingentes y variados: sin embargo no ofrecen por sí mismos beneficios a la población. La gente por sí misma tampoco puede participar de manera efectiva en el proceso de desarrollo nacional. Por el contrario, tanto los recursos naturales, el factor humano, así como otros factores de desarrollo (investigación, ciencia y tecnología; por ejemplo) requieren necesariamente de un elemento vinculante: la empresa.

De los argumentos establecidos se deduce que sin el concurso de las empresas, y por lo tanto de los empresarios, es imposible propender el desarrollo nacional sea cual fuera el modelo económico predominante. Más aún las sociedades globalizadas y competitivas propias de nuestros tiempos, exigen la presencia de empresas (y de empresarios) competentes para dinamizar el proceso de desarrollo nacional y así elevar gradualmente los niveles de la calidad de vida de la población.

Por lo tanto es necesario considerar en toda política nacional a las empresas (y a los empresarios) como las piezas claves para promover el desarrollo económico-social del país y considerar también como una imperativa necesidad nacional la de promover su fortalecimiento.

El sistema económico-social y la empresa

CLASES DE EMPRESAS

A las empresas en general se pueden clasificar tomando en cuenta distintos puntos de vista. Considerando sólo la magnitud o el tamaño de las empresas, ellas pueden ser: a) empresas transnacionales (empresas extranjeras que tiene filiales en diversos países, tales como la Telefónica de España, Souther Perú Limited, Shell del Perú, IBM del Perú, Daewoo, Pepsi Cola, Nestlé, Coca Cola, Texaco, Xerox, Kodak, Good Year, Daewoo, LG, Televisa, etcétra, etc.); b) grandes empresas tales como Cervecera Backus y Jhonson S.A., Minera Yanacocha, Gloria S.A., SEDAPAL, Banco de Crédito, Cervecera del Sur, etc.; c) medianas empresas tales como Wong S.A., COSAPI, diario El Comercio, Canales de TV., Universal Textil, Farm Industria S.A., Papelera Atlas S.A., etc.; y d) pequeñas y microempresas (PYMES).

COMPOSICIÓN DEL SECTOR EMPRESARIAL PERUANO

En el país deben haber cuando menos tres millones de empresas de las cuales 5,400 corresponden a las transnacionales, grandes y medianas².

El ranking empresarial de las 5,400 empresas establecidas por "The Perú Report" del año 1997 están precedidas por las siguientes 17 empresas: 1) Telefónica del Perú S.A. (con 3,129'509,000 nuevos soles), 2) Southern Perú Limited (1,947'466,000), 3) Perú Petro S.A., 4) Centromin Perú, 5) Alicorp, 6) Unión Cervecera Peruana Backus y Jhonston S.A., 7) Minera Yanacocha, 8) Edelnor, 9) E. Wong, 10) Refinería La Pampilla S.A., 11) Occidental Peruana INC Sucursal del Perú, 12) Gloria S.A., 13) Tecsur S.A., 14) Molinos Mayo S.A., 15) Shell del Perú 16) Química Suiza y 17) Sedapal.

Los últimos puestos corresponden a las siguientes empresas: Balbi Consultores Asociados (con 1'628,000 de nuevos soles de ingresos anuales), Expreso Ancash S.A., Macro Consult S.A., Transportes San Cristóbal S.A. Duraplast S.A.; el último puesto corresponde a la empresa Inara S.A., constructores e inmobiliaria con 343,000 soles de ingresos anuales.

De estas consideraciones se estima que sólo el 0.18% de las empresas en el Perú constituyen el sector de las transnacionales, grandes y medianas juntas; en tanto que el sector empresarial de las pequeñas y microempresas (PYMES) constituye el 99.82% de las empresas en el Perú. (Véase el [gráfico N°2](#)).

LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS (PYMES) EN EL PERÚ: BASE DEL PROCESO DE DESARROLLO NACIONAL

Las anteriores aseveraciones no dejan ninguna duda acerca de la enorme importancia estratégica de las PYMES en el proceso de desarrollo nacional principalmente en dos aspectos de vital importancia: capacidad en la generación de empleo (problema principal nacional) y en la generación de la riqueza a través de su contribución al PBI. (Véase el [gráfico N°3](#)).

"La mayoría de las empresas nacionales son de tamaño micro, pequeño y mediano; según cifras del INEI -aunque no se cita el documento fuente-, representa el 98% de las unidades económicas productivas de bienes y servicios, más de tres millones de establecimientos con menos de 10 trabajadores, alrededor del 85% de la PEA, ocupando un poco más de cinco millones de personas"⁵.

Todo esto significa que el sector empresarial de las PYMES, base de la economía nacional, debe ser prioritariamente promovida con políticas nacionales que contribuyan a su fortalecimiento.

Las evidencias de estas connotaciones económicas y sociales de las PYMES son puestas de relieve en los siguientes extractos textuales.

"Este sector empresarial -refiere a las PYMES representa el 99 % de todas las empresas, da empleo al 75 % de la Población Económicamente Activa y genera, aproximadamente, el 40 % del Producto Bruto Interno. Estos porcentajes son los más altos en América Latina y, posiblemente, en el mundo"³.

"Según estadísticas oficiales -aunque no se cita fuente- las PYMES representan el 98%

de las unidades productivas y de servicios a nivel nacional, da ocupación al 75% de la PEA y contribuye en 42% al PBI"4.

EL EMPRESARIO: FACTOR CLAVE



Casi en la sombra del anonimato y en condiciones difíciles hay un estrato de peruanos que mueven y dinamizan la economía nacional a través de las empresas promoviendo así la creación de la riqueza y del empleo: son los heroicos empresarios.

De esa legión de empresarios destacan una extraordinaria cantidad de empresarios más sacrificados aún: los empresarios de la pequeña y microempresa quienes participan en situaciones sumamente adversas a la generación de la riqueza y da solución al principal problema nacional el empleo.

¿Qué significa ser empresario-. El empresario en principio, no es una persona común y corriente. Es, una persona especial, muy especial. Esto significa que cualquiera no puede ser empresario, sino sólo aquella persona, hombre o mujer, que reúne determinadas condiciones unas innatas y otras adquiridas. En el ámbito empresarial unos pocos nacen (y se hacen) para ser empresarios y muchos para no serlo. A decir de Ortega y Gasset unos pocos nacen para mandar (líderes -empresarios) y otros para ser mandados. También José Ingenieros decía que el hombre en la vida o es actor (líder - empresario) o es público.

Este hecho de que unos pocos nacen (y se hacen) para ser empresarios y muchos para no serlo, nos trae a memoria el principio del sociólogo italiano Wilfredo Pareto que aplicó los métodos matemáticos a la economía y manifestaba que en los asuntos económicos unos pocos hechos (minoría vital) adquieren mucha importancia y muchos (mayoría trivial) menor importancia. Aplicando esta idea al caso de los empresarios, podremos decir que en una sociedad unos pocos (minoría vital -tan vital para el desarrollo de una sociedad-) son los empresarios y una mayoría no lo son.

¿Quién, en uso a su sano juicio y muy sinceramente, no desearía ser empresario?. Pero ser empresario no se traduce al simple hecho de sólo querer, sino ante todo es cuestión de poder. El empresario es aquel que tiene la facultad de crear y desarrollar algo prácticamente de la nada y que supone lanzar una empresa, ocuparse de ella, obtener logros y ampliarla, más que contemplarla.⁶ En otras palabras, el empresario es aquel capaz de traspasar los límites de lo imposible y está siempre premunido de un temple extraordinario; así, al empresariado depende una "espada de Damocles".⁷

En el asunto de qué significa ser empresario o quiénes pueden ser empresarios, conlleva a las características o cualidades pueden y deben tener ellos. Sobre este tema existe buena cantidad de literatura que va desde quienes recomiendan cómo convertirse de noche a la mañana en empresario (como si la cosa fuera tener estos manuales en la almohada y, listo!), hasta autores serios que describen las cualidades comunes que caracterizan a los empresarios.

En primer lugar el empresario es aquel que toma la decisión de hacer empresa en el resto de su vida. Todo parte de esta gran y trascendental decisión. En la medida que la sea firme, objetiva y corresponda a las cualidades de la persona, impulsará a quien la tome abrir caminos del éxito. Pero, más que decisión, el hacerse empresario es una especie de predestinación que no se sabe exactamente cuándo y cómo nace e impulsa al hombre o a la mujer hacer empresa en su vida y casi sin darse cuenta ha ingresado

al mundo empresarial.

Naturalmente que hacer empresa y tenderla al éxito, requiere de vocación y de ciertas habilidades innatas y adquiridas. Respecto a la vocación empresarial Jorge Chávez Álvarez dice: "Del total de los pequeños y microempresarios sólo el 30% realmente tienen vocación de empresario. El resto 70% son personas que les hubiera gustado estar de empleado, no tienen vocación de empresario"⁸. Había que ver en qué contexto concreto se da esta realidad, porque aquel que hace empresa sin tener vocación ni deseo, simplemente no puede hacer empresa, si lo hace no sólo está imposibilitado de mantenerse sino que con toda seguridad va, irremediablemente, hacia el fiasco.

Así, pues, el empresario nace con vena empresarial y una habilidad nata para distinguir de entre todas las opciones, aquellas que mayores beneficios implican para negocios y son: búsqueda de oportunidades de negocios, busca oportunidades inusuales para obtener financiamiento, equipos, terrenos, mano de obra, asesoramiento; persistencia, toma acciones para sobrepassar un obstáculo, hace sacrificios personales, se mantiene fiel a su juicio, acepta las responsabilidades, toma riesgos, establece metas, busca información, planifica.⁹

El empresario nato que decide hacer empresa en su vida tiene un conjunto de características, Una de ellas es que actúa siempre en función a los objetivos, esto es lo que podemos denominar del empresario como persona por objetivos y por resultados. El empresario siempre apunta al blanco, siempre avanza a un puerto, siempre tiene un claro camino que recorrer, tiene visión de futuro; en suma, planifica siempre. El empresario, por lo tanto, es aquella persona que "primero piensa, luego actúa", actúa en función a sus planes, a sus objetivos, a sus metas. Puede tener o no físicamente una cuidadosa agenda, pero casi por instinto tiene precisado lo que tiene que hacer. Todo esto, refleja lo que en esencia es un empresario: siempre laborioso, siempre decidido, siempre de resultados y siempre perseverante que toma en serio la verdad de que "el tiempo es oro".

Otra de las características del empresario es estar habituado siempre a tomar decisiones y asumir riesgos calculados. Es absolutamente consciente que si no arriesga no avanza, "el que no arriesga, no gana". El empresario como tal "remanga la camisa y hace", abre trochas y caminos. El "síndrome de Hamlet", ("ser o no ser", "arriesgar o no arriesgar", "hacer o no hacer", etc.) es absolutamente incompatible con la personalidad del empresario. El que vacila y titubea no puede avanzar. Tampoco actúa al azar sino planificadamente. El que sólo piensa y no actúa ("parálisis por análisis") es tan nefasto como actuar sin pensar, de todas maneras no conducirá a ningún puerto; temiendo a equivocarse o a fracasar, no se moverá.

Otra de las virtudes del empresario es ser una persona que "resuelve problemas". Esta característica propia de los empresarios es lo que califica a ellos como ejecutivos, porque resuelven problemas. La persona irresoluta con malsana tendencia de seguir gregariamente ideas ajenas (carencia de iniciativas propias) y con la costumbre de ir postergando la solución a las dificultades, son actitudes opuestas por el vértice a las del empresario y conduce irremediablemente a la inamovilidad.

El empresario, por otra parte, es aquel que hace las cosas a través de otras personas, es decir el empresario delega. El que pretende hacer todo - "hombre orquesta", un "todólogo"- no hace, al final, nada. El que mucho abarca, poco aprieta. Es verdad que toda empresa, todo negocio, grande o pequeño, requiere que allí esté el empresario ("el ojo del amo, engorda al caballo"), pero lo hace mejor si actúa a través de sus

colaboradores.

El empresario no es aquel que vende directamente, no es aquel que personalmente maneja las finanzas (recepción y entrega de dinero), no es aquel que hace de operario; el empresario es aquel que crea, innova, inventa, resuelve problemas, diseña y dirige planes, políticas y estrategias para ejecutarlos mediante su personal debidamente seleccionado y entrenado.

Es importante también señalar que otra de las cualidades del empresario es su habilidad y capacidad de obtener información. La información es la clave para el éxito empresarial. La información es poder. La información es "dinero constante y sonante". El empresario no sólo es absolutamente consciente de la importancia de la información sino discrimina para sólo tener lo necesario y vital para manejar la empresa. Si a un sistema de provisión y selección de información direccionada se le denomina "inteligencia", es preciso que el empresario tenga como su aliado un adecuado sistema de inteligencia.

La inteligencia emocional es otra de las virtudes de todo empresario nato. No es tanto la inteligencia racional la que conduce por las sendas del éxito al empresario, es, más bien, su inteligencia emocional, es decir, aquella actitud o sentimiento que le permite conducirse con inteligencia en distintas circunstancias (manejo adecuado de sus emociones, de sus impulsos, la perseverancia, la empatía, la autodisciplina; la aptitud para tomar decisiones, resolver problemas, obtener resultados; actitud y aptitud para asumir riesgos, responsabilidades, iniciativas; coraje para actuar a pesar de las dificultades; etc.).

No es el poder, la violencia; ni el dinero, ni la persuasión, ni la imagen; tampoco la inteligencia racional (coeficiente de inteligencia) lo que hace a una persona un empresario. Por el contrario es su coherencia en sus pensamientos y acciones; es su conducta, su visión, sus paradigmas, su ética, su forma de conducirse. La sociedad está llena de ejemplos de personas con coeficientes de inteligencia aun por encima del humanamente normal, personas con altos calificativos académicos; empero, sin mayor éxito empresarial.

Por ello es que adquiere verosimilitud el decir que todo lo que las personas aprenden en los colegios, en las universidades y en general en las instituciones educativas, tienen un menor porcentaje de valoración para la vida misma, siendo el mayor la manera de cómo la persona se desenvuelve en la sociedad. En buena cuenta para el éxito como empresario se requiere 10% de inteligencia racional y el 90% de inteligencia emocional; vale decir, lo que importa no es tanto lo que sabe, sino lo que sabe hacer (bien) en la vida.

"El coeficiente intelectual interviene sólo en el 20 % de los factores que determinan el éxito profesional, el 80% restante está vinculado a otros factores incluidos en lo que se llama inteligencia emocional. Félix terminó la universidad con el mejor ponderado y todos los honores, su coeficiente intelectual siempre fue el más alto de la clase, pero aún no puede obtener el éxito que debería. En cambio, Paco, su vecino y condiscípulo, a las justas terminó el colegio y ahora triunfa en los negocios, tiene una familia estable, muchos amigos y una fortaleza envidiable. Esta aparente contradicción se debe a que hay personas que, si bien no brillan en lo estrictamente racional, son muy habilidosos, muy inteligentes en la gestión de sus emociones y sentimientos. Son más creativos, eficaces y listos".¹⁰

Está de más, finalmente, indicar que el empresario tiene, a diferencia del común de la gente, una nueva y distinta mentalidad. El empresario está premunido de distintos paradigmas que los diferencia del resto de la gente y por ello precisamente adquiere el calificativo envidiable de empresario. Una mentalidad competitiva, una mentalidad de calidad, una mentalidad creativa (la creatividad como proceso mental para generar ideas), una mentalidad de innovación (la innovación como aplicación práctica de las ideas) y, consecuentemente, una mentalidad original. Estas mentalidades de los empresarios, complementarias unas con otras, configuran el importante concepto de cultura empresarial.

LAS UNIVERSIDADES Y LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES ▲

Las universidades pueden ser, y de hecho son, las forjadoras de una nueva generación de empresarios. En buena cuenta, las nuevas características de nuestras sociedades (globalización, competitividad, ecologismo, ciencia y tecnología, etc.), exigen no sólo reformas en cuanto a estructuras curriculares en la formación de empresarios, profesionales, intelectuales y científicos en las universidades; sino exige todo un conjunto de nuevos paradigmas educacionales para que las sociedades modernas posean nuevos hombres y mujeres con nuevos paradigmas. En otras palabras, exige una nueva estrategia educativa (la educación entendida como pilar de la nueva sociedad del siglo XXI globalizada y competitiva).

Es en esta interrelación de conceptos (globalización, competitividad, educación, ciencia y tecnología, etc.) que la universidad adquiere especial importancia. El siglo XXI y el tercer milenio exigen una nueva universidad moderna y competitiva. La reconversión de la Universidad no sólo es absolutamente necesaria, urge su ejecución para lograr los beneficios de una economía globalizada. Uno de los ejes de tal reconversión es el cambio de paradigmas en la formación de los profesionales.

Si bien pueden haber diversos objetivos de una nueva universidad, fundamentalmente son dos: por un lado, la formación de nuevos hombres (profesionales, empresarios, etc.) y, por otro, la investigación científica que implica necesariamente el desarrollo de la ciencia y la tecnología. Ambos fines constituyen pilares del desarrollo económico y social del país.

Las universidades actuales, lastimosamente, forman profesionales "per sé". En realidad, la sociedad está virtualmente saturada de este tipo de "profesionales" que lejos de ser solución deviene en problema, entre otras cosas, por el alto porcentaje de "profesionales" desempleados o subempleados.

Respecto al grave y vergonzoso problema del desempleo profesional no existe, lastimosamente ninguna investigación. No se sabe a ciencia cierta de cuántos abogados, economistas, contadores, administradores, sociólogos, pedagogos, ingenieros, etc. y porqué se encuentran desempleados o subempleados.

En un sondeo preliminar, por ejemplo, y en una muestra de sólo 623 entrevistados por la empresa APOYO se establece que la percepción de las carreras con más desempleados son: educación, derecho, ingeniería, contabilidad y administración; en este orden.¹¹ "Según datos del INEI -dice, aunque sin citar el documento fuente, George Hashaviah, expositor de Israel en un seminario sobre las PYMES en el Congreso de la República-, actualmente 59.9% de los egresados de las "universidades no encuentran empleo adecuado en relación con sus estudios".¹²

"En la mayoría de los países -dice por su parte el Banco Mundial- no se dispone de estadísticas de empleo por nivel de enseñanza, pero donde las hay, muestran que la rápida expansión de la enseñanza superior a menudo va acompañada de crecientes niveles de desempleo y subempleo de los estudiantes graduados. En Venezuela, por ejemplo, la proporción de los graduados universitarios sin empleo se elevó de 4 % en 1981 a 10 % en 1990".13

Por su parte el Congresista Jorge Ruiz Dávila indica estas cifras correspondientes a 1993: egresados de secundaria 400,000, postulantes a las universidades 260,000; ingresantes 83,000; titulados 22,000; ! logran conseguir trabajo 5,500 !. Aunque el congresista no indica expresamente la fuente de estas cifras y en vista de la carencia de estadísticas oficiales al respecto había que aceptar que tales cifras espeluznantes expresan la realidad. 75 % de profesionales titulados !sin trabajo! 14

Respecto al desempleo profesional Carlos Boloña y Raúl Diez Canseco en conferencias y artículos periodísticos y en un tono despectivo hacen referencia a la proliferación de profesionales taxistas. No dejan de tener razón, en efecto, frecuentemente y desde distintos medios se habla acerca de los "profesionales taxistas". Acaso sea la mejor expresión para describir la cruda realidad del fiasco profesional en el Perú y de la manera de cómo las universidades vienen hoy convirtiéndose en falso farol para las nuevas generaciones.

Todo esto exige un cambio radical de la universidad. Una nueva y distinta universidad, moderna y competitiva propia del siglo XXI y del tercer milenio, ha de formar generaciones de nuevo tipo; es decir, tiene que formar profesionales emprendedores, empresarios, creativos, inventores, originales, innovadores, líderes; y, en todos los casos, cultos y honestos, capaces para lograr empleo o crearlo.

La calidad en la formación de un nuevo tipo de generaciones en las universidades es resultado de todo un conjunto de diversos elementos entre ellos la currícula, y a ella tiene que ir unida todo un conjunto de otros componentes necesarios (investigación científica, docentes, infraestructuras, tecnología educativa, estudiantes, etcétera). Una estructura curricular bien concebida, pero aislada y sin los componentes contextuales necesarios, deja de tener efectos para el logro de la formación de profesionales de nuevo tipo.

Así la universidad peruana no sólo requiere currículos, sino también una nueva estrategia educativa; nuevos métodos, nuevos paradigmas, nuevas actitudes y, naturalmente, nuevas tecnologías educativas.

Ver **Gráfico Nº 4**

LAS UNIVERSIDADES Y LA FORMACIÓN DE EMPRESARIOS

La formación de empresarios constituye vital para las universidades actuales que necesariamente deben ser modernas y competitivas. Para las universidades tradicionales este objetivo no tenía mayor importancia porque la preocupación sigue siendo, la producción casi en serie, virtualmente clonados, de profesionales encaminados al desempleo. Por consiguiente, resulta necesario que las universidades propias del nuevo siglo y milenio formen empresarios para que los nuevos profesionales que egresen tengan la suficiente capacidad para crear empresas -

principalmente en el emergente sector empresarial de las pequeñas y microempresas (PYMES)- y así crear riqueza y empleo que son los dos elementos que más requiere el país para su desarrollo sostenido.

Nuestra propuesta es que no sólo deben formarse empresarios en las facultades de Administración sino en todas las facultades y en todas las carreras profesionales, de manera que abogados, médicos, ingenieros, contadores, economistas, etc. egresen formados y mentalizados empresarialmente para estar en plenas capacidades de generar empresas y/o "explotar" sus profesiones empresarialmente.

La necesidad de la formación de empresarios en las nuevas universidades obedece a las exigencias de las nuevas sociedades, globalizadas, liberalizadas y competitivas, en las que las empresas -principalmente las PYMES-, constituyen la base de la economía nacional y el fundamento para propender el desarrollo nacional; y no se encuentra la mejor manera de promoverlas y desarrollarlas dotándolas de empresarios profesionales de nuevo tipo. A propósito de la nueva generación de jóvenes peruanos potencialmente empresarios a quienes es necesario direccionar su formación hacia el empresariado Francisco Diez Canseco recuerda que el 65 % de la población nacional tiene menos de 29 años y que son más de 5 millones los jóvenes que tienen entre 18 y 24 años; es en este nivel, donde, por lo general, se ubica una actitud emprendedora.¹⁵

EL EMPRESARIO NACE O EL EMPRESARIO SE HACE



En el aspecto de la formación de empresarios en las universidades precisa plantear algunas interrogantes. ¿Se puede formar exprofesamente a los empresarios?, ¿O es que acaso la capacidad empresarial es congénita a ciertas personas?, ¿Por qué nada más que una minoría son empresarios y una gran mayoría no lo son?, ¿Por qué algunas personas deciden hacerse empresario y hacen empresa en su vida, mientras otras no y que jamás siquiera han intentado hacerla?. ¿Es que, acaso, los empresarios nacen predestinados o "llamados" a hacerse empresarios?. ¿Por qué algunas personas, hombres o mujeres, tienen éxito en los negocios mientras que otras, aún teniendo altos grados académicos, empero, no lo logran hacer empresa?. ¿Acaso tienen éxito porque tales personas pertenecen a un estatus social determinado, o porque son inteligentes o porque tienen un determinado color de piel?. Todo esto trae consigo la eterna discusión de si el empresario nace o el empresario se hace.

El empresario nace o el empresario se hace. A la luz de los acontecimientos y de los hechos, ambas teorías resultan siendo absolutamente verosímiles: el empresario, en efecto, nace; pero también se hace. Respecto a ello y teniendo en cuenta que el empresario es flor y nata de líder, Timmons dice: "Hace apenas 50 años mucha gente opinaba que los líderes nacían y no "se hacían", o se tenía el don para ello o no se la tenía... Estas nociones, afortunadamente, no han sobrevivido a la prueba que impone la práctica y el tiempo, se acepta ahora ampliamente que el liderazgo, aun siendo un tema de extraordinaria complejidad, depende básicamente de las conexiones existentes entre el líder, la tarea, la situación y los conducidos, y no sólo de atributos congénitos o heredados".¹⁶

No admite la menor duda que la vocación del empresariado en la mayoría de los casos, por no decir en todos, en los genes, como tal, contra "viento y marea" hará empresa casi de la nada, aunque como sucede con un talentoso futbolista acaso sea necesario

descubrirlo; pero, aún cuando nadie le descubra, por sí mismos, tanto el empresario como el futbolista, nacidos para ser tales, demostrarán sus instintos y se encaminarán por las sendas del éxito. El hecho de que hijos de empresarios son también empresarios refuerza la teoría de que la capacidad empresarial innata es hereditaria y genética y refuerza la hipótesis de que el empresario nace.

Bajo la teoría de que el empresario nace, parece lógico la afirmación de que así como nadie hace poeta a nadie, sino que el poeta nace; nadie hace empresario a nadie, por consiguiente la universidad no puede hacer de un joven necesariamente un empresario. El empresario, entonces, nace y se hace camino andando. En el discurso central pronunciado en la ceremonia de premiación (Premio Nóbel), el chileno Pablo Neruda dijo: "Yo no aprendí en los libros ninguna receta para la composición de un poema: y no dejaré impreso a mi vez ni siquiera un consejo, modo o estilo para que los nuevos poetas reciban de mí alguna gota de supuesta sabiduría".¹⁷ En efecto Neruda nació poeta, nadie le hizo poeta; no obstante, merced a mucha perseverancia y esfuerzo adquirió fama universal. Así como al poeta, nadie hace empresario a nadie.

Ubicándose en el lado de quienes creen que el empresario nace y que su capacidad y talento empresarial son innatos y reside en su interior, Konosuke Matsushita (famoso empresario japonés fundador de las prestigiosas empresas National, Panasonic y Technics) habla del "secreto del éxito" de los empresarios. "Me parece -dice- que el "secreto de mi éxito" es una cosa completamente imposible de explicar y de enseñar: es como una iluminación espiritual"¹⁸; pues reside en cada persona (empresario) de éxito de manera innata y está expresado en su personalidad, carácter, perseverancia, capacidad de lucha, inteligencia (emocional), madurez, valor, intuición, sobriedad, prudencia, honestidad y en otros atributos y virtudes propios de personas de éxito.

La teoría de que "el empresario nace" se ve reforzada con el hecho de que la capacidad empresarial innata ni siquiera tiene que ver con el nivel educativo de los empresarios. Es admirable ver en nuestro medio gente con escaso nivel educativo pero con una economía sólida precisamente gracias a que hace empresa en su vida. Según un estudio y encuesta sobre 328 PYMES, se llega a demostrar que el 61 % de los empresarios encuestados sólo tienen algún grado de estudios secundarios, el 29% con estudios superiores y 10% con estudios primarios.¹⁹

Sin embargo, no hay duda que los empresarios también se hacen. Una persona carente de capacidades y habilidades innatas para ser empresario, gracias a una sistemática formación puede convertirse en un empresario. A diferencia de los empresarios instintivos o congénitos los empresarios que se hacen requieren necesariamente formación y preparación.

Hay quienes no creen en teoría de que el empresario nace. Por el contrario defienden que el empresario se hace, se forma. "Decididamente yo creo que el líder (empresario) se forma -dice el psicólogo Antonio Medina Hernández consultor de recursos humanos de "Management Entreprises" para América Latina-, aprende desempeñarse como tal, pero no nace. Tal vez una persona puede heredar algunos rasgos de sus padres, pero la destreza de liderazgo (empresario) se aprende. Depende de la capacidad que tiene la persona para comunicar sus ideales y de la voluntad que tenga para ponerlos en práctica`²⁰.

Kim Woo-Choong, considerado como el mago de los negocios, dice: "Es muy fácil hacerse la idea errónea de que los magos poseían ya sus poderes al nacer. Si ese fuera el caso, entonces los expertos habrían nacido expertos y los presidentes de compañías,

presidentes. Pero ni los unos ni los otros nacieron siéndolo, simplemente se esforzaron más por hacerse profesionales, tal como lo hizo el mago".²¹

Es dentro de la hipótesis de que el empresario se hace que las instituciones educativas, entre ellas las universidades, adquieren un rol importante por cuanto no sólo deben formar a exprofesos empresarios, sino también descubrir potencialidades y talentos empresariales.

De todo esto podemos señalar que existen dos teorías sobre el empresariado el empresario nace y el empresario se hace, de lo que resulta la primacía de una sola teoría: el empresario nace y se hace. Es decir, desde este punto de vista, queda descartada la hipótesis excluyente de que el empresario se hace. En una rigurosa interpretación nada ni nadie puede hacer empresario a nadie. Más bien, el empresario nace pero hay la necesidad de hacerse mejor.

Dentro de este contexto, (el empresario nace y se hace mejor), resulta verosímil el hecho de que aún una eximia y exclusiva academia de formación de empresarios no hacen empresarios, lo hace en todo caso, mejores empresarios. Cuando decimos que las Facultades de Administración de las universidades del país deben formar empresarios, antes que profesionales "per sé" en Administración, estamos dando a entender que no a todos los que ingresan a ella podrán ser empresarios sino sólo aquellos que tienen vocación de empresarios, es decir, los nacidos para ser empresarios. Así el asunto de las vocaciones adquiere enorme importancia en la formación de empresarios principalmente en las universidades.

Aunque más adelante trataremos el asunto de la formación de empresarios, precisa por ahora decir que una de las grandes dificultades del sistema de la educación actual es el poco o nada valor que se le da al asunto de las vocaciones y a ello se debe en gran parte muchas frustraciones de los jóvenes a quienes se han formado y preparado en algo para los que no tienen vocación.

Mucha gente siguen una determinada senda o carrera en la vida movida por distintas y hasta extraños factores pero menos necesariamente movida por una real vocación. Esto también impide el descubrimiento de talentos porque muchos de los que hoy tienen frustraciones profesionales y que hacen, por ejemplo, de taxistas, acaso con un riguroso examen de conciencia y de vocaciones, pudo tener mucho éxito en otra profesión o en otra actividad. Resulta entonces, necesario que las universidades establezcan mecanismos que aseguren, cuando menos, en las facultades de Administración, admitan sólo a aquellos que tienen vocación empresarial y de liderazgo.

A propósito de las vocaciones Octavio Paz dice: "En todas las vocaciones intervienen dos elementos: el llamado y el aprendizaje, ¿Qué es el llamado- Me parece imposible definirlo. Sin conocer exactamente la razón, un día sentimos una atracción inexplicable hacia esta o aquella actividad: la herrería, la actuación escénica, la equitación, la música. Casi siempre esa atracción está asociada a la habilidad o al talento que requiere la actividad que nos atrae... La vida, por regla general indiferente y con frecuencia cruel, a veces nos premia con inusitados y generosas sorpresas".²²

LAS FACULTADES DE ADMINISTRACIÓN Y LA FORMACIÓN DE EMPRESARIOS



Si bien por ahora las distintas profesiones que se imparten en las diferentes facultades no se orientan por el lado de formar empresarios -aunque ello será la natural tendencia en un futuro próximo-; empero, las Facultades de Administración tienen que orientarse ya no a la vetusta tarea de formar "administradores profesionales" formados y mentalizados para ser gerentes en la gran empresa; sino, ante todo, tiene que estar abocadas a la formación de empresarios. El "administrador" formado en las universidades actuales busca empleo; el empresario crea su empleo y, a la vez, crea puestos de trabajos para otros.

Lo que ocurre actualmente con las facultades de Administración, principalmente en las universidades nacionales, es grave: no están orientadas a formar empresarios. Ahora las nuevas condiciones macroeconómicas exigen una radical reorientación de las facultades de Administración hacia la formación de empresarios. "Nuestra definición es bastante clara -dice Carlos Boloña de la Universidad San Ignacio de Loyola-, somos una universidad que forma empresarios. Buscamos gente emprendedora en el sentido más amplio, que toma riesgos para conseguir el éxito. Queremos preparar gente que sea clara, honesta y responsable".²³

Ya no, por lo tanto, un administrador profesional "per se" sino un empresario profesional. "Un egresado, un empresario"; es éste el lema de una nueva facultad de administración; pero un empresario que al egresar haga funcionar, un pequeño negocio, porque todo próspero empresario siempre empieza así: de lo pequeño. Por ello es que tiene mucha importancia el tener en cuenta la importancia de las pequeñas y microempresa (PYMES) en la formación de futuros empresarios peruanos.

Para beneplácito, en la actualidad diversas universidades orientan sus actividades y esfuerzos principalmente a la formación de profesionales empresarios. La "universidad que forma empresarios" parece ser el lema de las nuevas universidades -nuevas en el sentido de sus ideas- que premunidas de nuevos paradigmas comprenden que es la mejor manera de ingresar al siglo XXI y al tercer milenio.

La ventaja diferencial entre las universidades -unas competitivas y otras no- reside en sus estrategias educativas y en sus paradigmas en cuanto a la formación de profesionales. Mientras las universidades competitivas forman profesionales con visión y mentalidad empresarial, vale decir, forman empresarios emprendedores; otras universidades forman aún profesionales mentalizados para buscar empleo en la gran empresa poniendo en serias desventajas competitivas a sus egresados.

¿En un contexto económico-social de globalización y competitividad, las universidades deben formar profesionales empresarios- De esta interrogante derivan otras inquietudes: ¿Es la educación, incluida la universitaria, el eje central de la forja de nuevos hombres emprendedores y con nuevos paradigmas?, ¿Las universidades peruanas están formando profesionales para actuar en una sociedad globalizada y competitiva- ¿Las universidades peruanas forman profesionales con visión y capacidad empresarial? ¿Cuáles son las posibilidades de éxito de un profesional formado empresarialmente? ¿Cuáles son las características de una nueva estrategia en la formación de nuevos profesionales? Estas interrogantes esperan pronta respuesta.

Por nuestra parte sostenemos categóricamente que las universidades peruanas, especialmente las facultades de Administración, tienen por objetivo central, la formación de empresarios a través de una nueva cultura y estrategia educativa

vinculada directamente al ámbito empresarial en especial a las pequeñas y microempresa (PYMES), por que éste sector empresarial constituye la base de la economía y el eje del desarrollo nacional.

Dentro de esta nueva estrategia educativa en la formación de empresarios que significa tener un nuevo currículos, precisa promover las investigaciones científicas (tesis) en asuntos empresariales, así como promover la obligatoriedad para que el aspirante al título de Licenciado demuestre haber creado y gerenciado una empresa. Así mismo es necesario promover la asesoría y consultoría empresarial, principalmente orientado al sector PYMES, establecer mecanismos que fomenten la creatividad y las innovaciones empresariales, etc.; en suma, existe la necesidad de promover una cultura académica empresarial.

Breve estudio sobre las aptitudes y actitudes empresariales de los estudiantes de Administración

Un pequeño estudio sobre la actitud empresarial de los estudiantes del octavo ciclo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en una encuesta a 107 estudiantes de 23 años de edad promedio, ha tenido los siguientes resultados:

1. El 67.3% de los estudiantes trabajan; 32.7% no trabajan. [gráfica N° 5](#)

El hecho de que la mayor parte de los estudiantes trabajen, significa que hay una poca dedicación al aspecto académico y a las investigaciones. Virtualmente se convierten en estudiantes nocturnos.

Esto redundando en una laxa base académica y poca o nada experiencia en las investigaciones, convirtiendo a un profesional sin muchos recursos como tal, debido a un sistema estructural de crisis económica. Es importante que los estudiantes trabajen en las empresas; pero, más importante es que laboren, por ejemplo, en empresas incubadoras de empresas o en proyectos de negocios en que los mismos estudiantes hayan participado en su formulación. O, en el mejor de los casos, conduciendo su propio negocio, por más pequeño que sea.

2. El 94.3% declaran que no tienen negocio propio. El 5.7% declaran que sí tienen negocio propio. [gráfica N° 6](#)

Respecto a que si tienen o no negocios propios, es más probable que el 100% de los estudiantes no los tenga, ya que dentro del pequeño rango del 5.7% que respondieron tener negocio propio en realidad trabajan en negocios de sus familiares y no necesariamente en aquellos que hayan creado y financiado por sí mismos. Téngase en cuenta que los estudiantes encuestados son del octavo ciclo, es decir cuasi profesionales en empresariado; lo que es materia de preocupación ya que casi todos los estudiantes egresarán finalmente sin tener una mínima experiencia en creación y manejo de negocios (o empresas) y lo más probable es que jamás hagan empresa y engrose el grupo de profesionales desempleados o subempleados, salvo algunas excepciones.

3. Preguntados por su objetivo actual respondieron:

- a) 40.00% dedicarse a un negocio

- b) 33.00% Concluir estudios y trabajar
 - c) 17,00% Realizar prácticas profesionales
 - d) 4.33% Buscar trabajo
 - e) 5.67% Otro
- [gráfica N° 7](#)

La respuesta a la interrogante de cuál es su objetivo inmediato concita, igualmente, preocupación. Más del 50% de los estudiantes están buscando trabajo y/o están esperando concluir sus estudios para trabajar. Un 40% está pensando en dedicarse en un negocio y lo más probable es que siga pensando por siempre y jamás hagan empresa.

4. Preguntados por sus razones por las cuales no han incursionado aún en algún negocio, respondieron:

- a) 36.4% Estoy pensando hacer empresa, tengo proyectos
 - b) 35.0% Falta capital
 - c) 11.3% No tengo experiencia
 - d) 7.4% No deseo ser empresario
 - e) 7.3% Lo haré al egresar
 - f) 2.0% Constituir el negocio es costoso y complejo
 - g) 0.6% Intenté pero no logré
- [gráfica N° 8](#)

Respecto a la interrogante de cuáles son sus razones por las cuáles todavía no incursionan en algún negocio siendo estudiantes del octavo ciclo y de 23 a 24 años de edad: una rigurosa interpretación de tales respuestas es que se tratan de un conjunto de (sin)razones que pretenden justificar la preocupante realidad de que estudiantes a punto de egresar aún no estén haciendo algún tipo de empresa o negocio y al no estar mentalizados empresarialmente se teme que tampoco los hagan en el futuro próximo ni lejano. Todas las respuestas, excepto de aquellos que responden que no desean ser empresarios, constituyen al fin y al cabo, barreras psicológicas que atan pies y manos impidiéndoseles actuar en el mundo de la aventura empresarial.

5. Actividad de preferencia en caso de ser empresario

- a) 50,0% Comercial
- b) 37.0% Servicios
- c) 12.4% Industrial

d) 0.6% Otro
gráfica N° 9

Acerca de la actividad empresarial de mayor interés, las respuestas reflejan la tendencia de la mayoría de las PYMES del país: la actividad comercial. Luego sigue la actividad de servicios y la industrial. Es necesario, sin embargo, enfatizar en la necesidad de priorizar las actividades de servicios e industriales (pues tienen valores agregados), siempre en cuando sean para mercados segmentados y diferenciados.

6. Fuente de financiamiento al que piensa acudir en caso de ser empresario

- a) 33.0% Bancos
- b) 32.7% Préstamos familiares
- c) 23.0% Ahorros personales
- d) 10.7% ONG
- e) 0.6% Otro

gráfica N° 10

El subjetivismo propio de estudiantes sin experiencia en las lides empresariales, por otra parte, indica la fácil declaración de que financiarían sus negocios a través de bancos, ONGs o con préstamos familiares. Había que tener en cuenta, por citar un ejemplo, que las instituciones financieras no otorgan créditos para empezar el negocio. La alternativa de echar mano a los "ahorros personales" deja de ser también serio porque por razones obvias el estudiante, aun cuando trabajara, no posee ahorros suficientes como para emprender una aventura empresarial (salvo singulares excepciones).

7. Modalidad jurídica que piensa adoptar

- a) 31.0% S.A.
- b) 28.0% SCRL
- c) 22.0% EIRL
- d) 17.4% Unipersonal
- e) 1.6% Otro

gráfica N° 11

Figuras y tablas

Gráfico 1

Las Empresas y el desarrollo nacional



Gráfico 2

Composición de sector Empresarial Peruano



Gráfico 3

Las PYMES y el Empleo
Las PYMES y el PBI

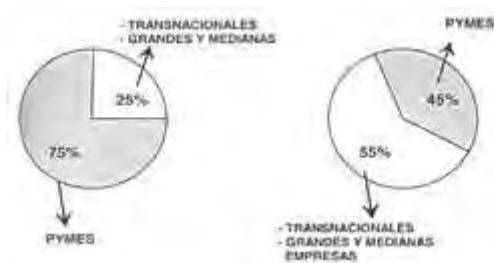


Gráfico 4

El desempleo profesional

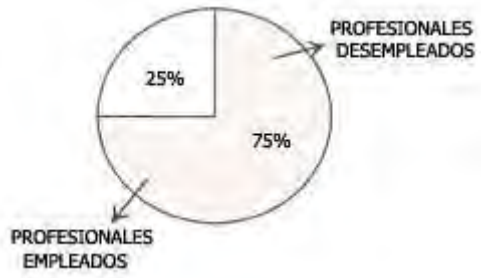


Gráfico 5

Estudiantes que trabajan



[◀ Volver](#)

Gráfico 6

Estudiantes con negocio propio



Gráfico 7

Objetivo inmediato de los estudiantes

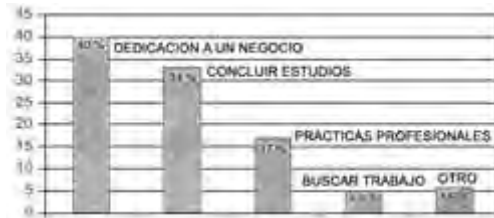


Gráfico 8

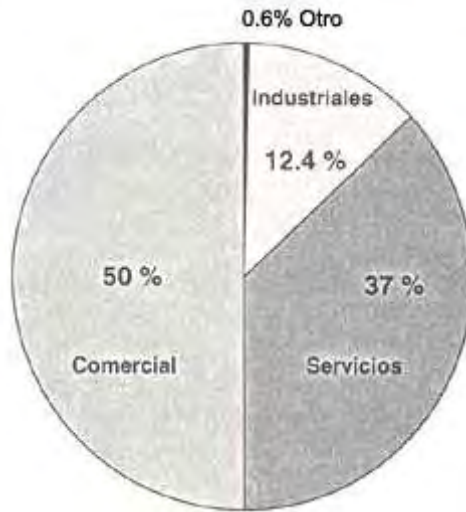
Razones por las que aun no incursiona en los negocios



[Volver](#)

Gráfico 9

Preferencias de Actividades Empresariales



[◀ Volver](#)

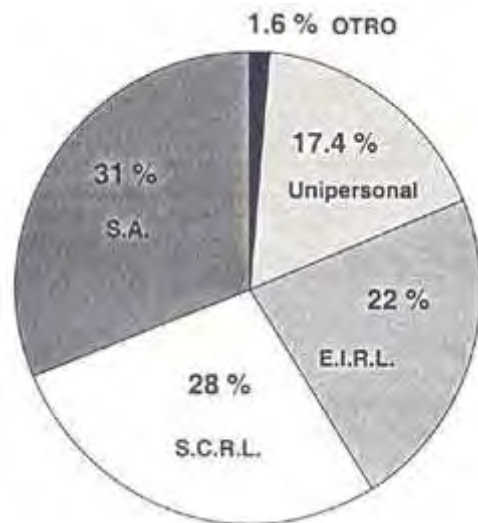
Gráfico 10

Fuente de financiamiento a los cuales acudirán



Gráfico 11

Procedencias de modalidades de constitución de la empresa



(*) Licenciado en Administración, Magíster en Administración, Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM, profesor investigador de la Unidad de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Administrativas.
e-mail: d1800016@unmsm.edu.pe

1 Para fines del presente artículo entendemos por "desarrollo nacional", ante todo, a la calidad de vida de la población. Es decir, la existencia de condiciones -sino plenas cuando menos adecuadas- de alimentación, salud, educación, vestido y vivienda. Esto significa la erradicación de la extrema pobreza y la marcha de políticas efectivas de lucha contra la pobreza y del fomento de empleo.

2 Estas cifras se deducen de los resultados del III Censo Económico Nacional 1994 (INEI) y del libro "Perú: The Top 5,400 companies" de "The Perú Report", edición 1998.

3 Fernando Villarán en "Pequeña empresa: retos y posibilidades" (Seminario en el Congreso de la República, abril 1998). Esto mismo sostiene en su libro "Riqueza Popular", página 30, edición 1998.

4 "La pequeña y microempresa en el desarrollo nacional", Congreso de la República, Comisión de la Pequeña y Microempresa. Lima mayo de 1998, página VII de las "Consideraciones".

5 "Análisis de Legislación PYME, para un marco promotor", Ediciones Cinseyt 1998, Fundación Konrad Adenauer, página 511.

6 "La mentalidad empresaria" de Jeffrey A. Timmons, página 19.

7 Cuenta la historia que había un servidor (Damoctes) del palacio de un rey que envidiaba la vida, el poder y la felicidad del rey. El rey le dijo: "vas ha experimentar por ti mismo lo agradable que es ser rey". "Mandó a vestir a Damoctes con lujosísimos vestidos y lo sentó en un sillón ante un espléndido festín, pero colgó encima de la cabeza de Damoctes una afiladísima espada que pendía de un crin de caballo". Damoctes, incapaz de ser rey, no permaneció allí ni un instante. ("Historia Universal" de Carl Grimberg. Fascículo 4: "Emerge Grecia").

8 "La pequeña y microempresa en el desarrollo nacional", Congreso de la República, 1998, página 38.

9 Artículo "Perfil del empresario", diario "El Comercio", edición 14 de marzo de 1999.

10 Artículo "Emociones y decisiones" por Lucy Torres. Diario "El Comercio", edición 8 de agosto de 1999.

11 Véase el documento "Estudio del Perfil del mercado educativo - APOYO Opinión y Mercado S.A. de Junio de 1998.

12 "La pequeña y microempresa en el desarrollo nacional. Congreso de la República, Comisión de la Pequeña y Microempresa. Lima mayo de 1998.

13 "La enseñanza superior, las lecciones derivadas de la experiencia". - Publicación del Banco Mundial, Washington 1995, Pág. 23.

14 Documento presentado al Conversatorio "Situación y Perspectivas de las Universidades en el Perú". - Congreso de la República. - Comisión de Educación y Cultura. (Marzo-Junio 1998).

15 Revista Business NI 50, Nov. 98, página 48.

16 "La mentalidad empresaria" de Jeffrey A. Timmons, página 38. Si bien Timmons habla acerca del líder, éste es equivalente al empresario. El empresario es un líder por antonomasia.

17 "Antología Fundamental", página 438. Editorial Pehuén, Chile 1996.

18 "El secreto de mi éxito"; cualidades necesarias de un gerente, Konosuke Matsushita, PHP Institute International Inc., Tokio - Japón, página 44.

19 Véase "Perú: el sector informal frente al reto de la modernización", OIT 1998, varios autores peruanos, página 13.

- 20 Diario "El Comercio", edición 25/08/99. (El entreparéntesis es nuestro).
- 21 "El mundo es tuyo, pero tienes que ganártelo". - Kim WooChoong, presidente del grupo empresarial Daewoo. Editorial Iberoamérica, México 1993, página 23.
- 22 Octavio Paz, mexicano premio Nóbel de literatura. Artículo sobre las vocaciones, Revista "El Dominical" del diario "El Comercio", edición 30 de mayo de 1999.
- 23 Revista peruana Business N° 41, febrero de 1998, página 44.

BIBLIOGRAFÍA

1. VILLARÁN FERNANDO Riqueza Popular, pasión y gloria de la pequeña empresa. Ediciones del Congreso del Perú. 1998.
2. KONOSUKE MATSUSHITA.
Claves de un buen gerente. PHP Institute, Inc 1991
3. KIM WOO CHOONG.
EL mundo es tuyo, pero tienes que ganártelo. Grupo Editorial Iberoamérica: México 1993
4. JEFFRY A. TIMMONS. La mentalidad empresaria. Editorial Sudamericana. Argentina 1993.
5. PHP
El secreto de mi éxito, Cualidades necesarias de un gerente. Tokio, Japón 1983.
6. CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ
La pequeña y microempresa en el desarrollo nacional. Lima 1998.
7. BANCO MUNDIAL
"La enseñanza superior, las lecciones derivadas de la experiencia".
Washington 1995, página 23.
8. THE PERU REPORT 1998.
"Peru: The Top 5,400 companies".