

# LA UNIVERSIDAD EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES EMPRESARIALES Y EL APOYO EN LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS

Emma Perez Palacios (\*)

E-mail: [eperezpalacios@yahoo.com](mailto:eperezpalacios@yahoo.com)

## RESUMEN

La universidad debe educar para el “emprendimiento empresarial”, esto significa no sólo enseñar a formar empresas – elemento fundamental sin duda – sino que debe ser entendido y trabajado desde un sentido amplio, actitudinal, de desarrollo de competencias, habilidades y destrezas que permitan una mayor generación y aprovechamiento de las oportunidades que brinda el mercado. Este nuevo enfoque requiere de una gran voluntad de las autoridades universitarias y de tener una amplia visión del nuevo entorno en el que se mueven los centros de formación superior, ya que a la fecha no ha sido explotada como una excelente estrategia de diferenciación.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, Competencias, Micro y Pequeña Empresa

## ABSTRACT

The university must educate for the “Entrepreneurship”, this means not only to teach to form companies - fundamental element without a doubt - but must be understood and be worked from an ample, actitudinal sense, of development of competitions, abilities and skills that allow a greater generation and advantage of the opportunities that the market offers. This new approach requires of a great will of the university authorities and to have an ample vision of the new surroundings of the universities, since to the date it has not been exploded like an excellent strategy of differentiation.

**Key Words:** Entrepreneurship, Competencies, small business.

---

(\*) Licenciada en Estadística por la Universidad Nacional Federico Villarreal. Profesora auxiliar de la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

## INTRODUCCION

Cuando Bill Gates creó el sistema operativo Microsoft Windows soñó con lograr que un día exista “un computador en el escritorio de cada hogar”; cuando la familia Añaños lanzó su gaseosa Kola Real soñaron que un día podrían competir con Coca Cola y Pepsi Cola. Ambas historias tienen similitudes,

Primero: lo limitado de los recursos con los que se iniciaron Gates en la cochera de su casa en Seattle – Washington (Estados Unidos) y los Añaños en el patio de su casa en Ayacucho (Perú). Segundo: la actitud con la que se enfrentaron a sus sueños. Tomaron la iniciativa frente a problemas que supieron detectar en sus entornos, asumieron riesgos, confiaron en sus posibilidades, fueron perseverantes, transmitieron confianza, supieron tejer sus redes de apoyo; en resumidas cuentas, tienen una característica común: son emprendedores.

Imaginemos ahora que éstos emprendedores pudieran ser identificados por los centros de estudios superiores al inicio de sus carreras, y empiecen a ser “formados” para crear su propia empresa y, en lugar que inicien sus emprendimientos en sus casas, lo hagan en las universidades. Imaginemos que, además del consejo del papá, la mamá y los mejores deseos de los hermanos, cuenten con el apoyo técnico de los catedráticos, y que tuvieran la posibilidad de usar la infraestructura de la universidad para dar rienda suelta a su creatividad e iniciativa empresarial.

Esto que es un “ideal” en nuestro país es ya una realidad en países desarrollados, e incluso entre nuestros vecinos como Chile, Colombia, Brasil, Argentina, México, etc. Unos han creado, adaptado y/o diseñado sus metodologías de enseñanza, o han mejorado sus currículas educativas para enfocarla en la formación de personas emprendedoras como estrategia transversal para todas las carreras universitarias; otros han creado centros para emprendedores a través de los cuales motivan a los jóvenes hacia el emprendimiento como actividades extra curriculares. Una vez motivados y formados, los emprendedores requieren de espacios dentro de las universidades que fomenten la creación de nuevas empresas; estos espacios se llaman “Incubadoras de Empresas”, cuya razón de ser es incrementar las posibilidades de éxito de las iniciativas empresariales de la población, acelerando su proceso de consolidación en el mercado.

## EL EMPRENDIMIENTO

En el contexto empresarial, “emprendimiento” se refiere a las iniciativas empresariales concebidas libre y espontáneamente por cualquier persona. El componente diferenciador respecto a cualquier otro tipo de iniciativa es que el emprendedor aprovecha las oportunidades que se le presentan, las mismas que son asumidas como una opción superior de autorrealización y de generación de empleo e ingresos; es un “estilo de vida”.

Los emprendedores tienen como características las siguientes:

- Aprovechan las oportunidades del mercado.
- Identifican potencialidades y generan una necesidad de innovación y/o mejora de procesos.
- Se orientan a ser empresas competitivas y de crecimiento continuo.
- Demuestran competencias, funciones y desarrollan estrategias competitivas.
- Se articulan a procesos y modelos de desarrollo local, regional y nacional.
- Demandan servicios diversos con la finalidad de mejorar sus productos y obtener mayor rentabilidad.

En esta línea el emprendimiento apunta a la innovación, creatividad y cambio a una situación económica mejor y más deseable, a través de la creación básicamente de micro y pequeñas empresas.

## LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE LOS EMPRENDEDORES

En el Perú, el índice de mortalidad de las empresas es muy elevado. Según información de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), se registran 300,000 empresas cada año, de las cuales 2 de cada 3 cierran antes que termine el mismo año.

Así también, un estudio realizado en el distrito de Ate en la Provincia de Lima muestra que en diciembre del año 2000, la tasa de vigencia y mortalidad de negocios formales de jóvenes (entre los 18 y 30 años de edad) creados entre 1997 y 1999 fue la siguiente: de cada 10 empresas creadas en 1997 sólo 3 empresas sobrevivieron durante el año siguiente; para 1998, de cada 10 empresas que se crearon en ese año, 6 dejaron de funcionar

durante el mismo período, mientras que durante el año 1999 este índice de mortalidad de empresas mejoró ligeramente, dejando de funcionar 5 empresas de cada 10 que se crearon en ese año<sup>1</sup>.

Las razones del cese de los negocios de estos jóvenes se explican de la siguiente manera: hasta en un 21% identificaron tardíamente que el negocio no era rentable, el 13% se dio cuenta que la demanda por sus productos o servicios era muy baja, otro 13% alude a la falta de capital, 10% reconoció que existía demasiada competencia, el otro 43% indicó que cerraron por factores como la falta de tiempo, la priorización de los estudios, estafas, desalojos, cambio de rubro y falta de experiencia<sup>2</sup>.

Las razones del cese de los negocios de jóvenes demuestran un elemento fundamental: **no estaban preparados para iniciar un negocio o empresa**, escasa preparación que sin duda va de la mano con la oferta educativa nacional. La educación básica prepara a los jóvenes para seguir dos caminos. El primero de ellos es la transición del colegio a los centros de formación superior (institutos, universidades o fuerzas armadas), destino del 20% de jóvenes; y el segundo camino es la inserción al mercado laboral dependiente, destino del 40% de jóvenes que concluyen la secundaria<sup>3</sup>.

Otro dato fundamental a tener en cuenta es que el 78.5% de los creadores de microempresas (empresas de 1 a 10 trabajadores) en el país tienen hasta secundaria completa<sup>4</sup>.

Sumado a esto, la universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores sino que está concentrada en formar “empleados” capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior. En este contexto, lo que resulta fundamental es tener clara la idea que “los empleados buscan trabajo después que se construye el negocio y que el trabajo del emprendedor comienza antes del negocio”, por lo tanto es urgente empezar a formar emprendedores que contribuyan al desarrollo económico y social a nivel local, regional y nacional, a través de la creación de nuevas empresas.

## LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS

La incubación de empresas representa una oportunidad para iniciar un negocio, e incluso para emplear a quienes pierden su puesto de trabajo en situaciones como la actual crisis financiera mundial, que se prevé se profundizará entre el 2009 y 2010.

Según especialistas, 80% de las empresas que surgen de una incubadora logran el éxito, en tanto que para aquellas que se crean fuera de ellas la posibilidad de sobrevivencia se reduce a 30%<sup>5</sup>. La diferencia está en el potencial que aporta la incubadora, que no es sino un centro de atención que orienta y asesora a aquellos que están interesados en la creación de sus empresas, considerando la elaboración del plan de negocio y el desempeño de cada área que requiere su operación, como mercadotecnia, contabilidad, diseño gráfico o industrial, para desarrollar sus capacidades y por tanto, sobrevivir en el mercado. Se trata de apoyarlos para plasmar y concretar ideas con mayor garantía de éxito que si lo hicieran por cuenta propia.

Es preciso destacar que la formación y la motivación hacia el emprendimiento empresarial es una de las estrategias más implementadas por las más importantes universidades del mundo, como un mecanismo eficiente y comprobado para aumentar tanto la velocidad de nacimiento y de desarrollo de nuevas empresas, como su tasa de éxito a mediano plazo. Ello ha llevado a que, actualmente, existan más de 2,500 incubadoras en marcha en países industrializados y en economías en transición, destinadas a potenciar el desarrollo tanto global como el de ciertas áreas estratégicas. Se tiene referencias en esta parte del continente de la existencia de 13 incubadoras de empresas en Chile, 207 incubadoras en plena operación en Brasil, 10 incubadoras de empresas en Argentina, 13 incubadoras en Colombia, mientras que en Bolivia se ha implementado la primera incubadora del país. A nivel latinoamericano, México es el país que tiene la mayor cantidad de incubadoras (450); es más, no hay universidad o centro de formación superior que no haya implementado su propia incubadora de empresas. Ello se explica por el

1 Linares (2002).

2 Op. cit.

3 Chacaltana (2004).

4 Programa de Estadísticas y Estudios Laborales – MTPE (2006).

5 Bolaños y Gonzáles (2008)

gran apoyo que tiene la incubación de empresas desde el Estado, que responde a un lineamiento político bastante claro respecto a la promoción empresarial en el país azteca.

## LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS EN EL PERÚ

Según la ANR, a diciembre del 2006 en el Perú existen 91 universidades (35 públicas y 56 privadas), de ellas 67 están institucionalizadas y 24 están en proceso. Las carreras más ofrecidas son contabilidad, administración (61 universidades), ingeniería de sistemas (55 universidades), educación secundaria y derecho (53 universidades).

A pesar del gran número de universidades existentes a nivel nacional son muy pocas las que promueven el espíritu emprendedor en sus estudiantes; aquellas universidades que sí lo hacen, usan como herramienta las incubadoras de empresas. Para cumplir con dicho fin han creado instancias universitarias dedicadas al emprendimiento e incubación de empresas; a continuación, se describen algunas de ellas:

- Universidad ESAN: ha creado el Centro de Desarrollo Emprendedor.
- Pontificia Universidad Católica del Perú: cuenta con el Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE).
- Universidad de Piura: cuenta con la Incubadora de base tecnológica e innovación (IncubaU-deP).
- Universidad San Martín de Porres: trabaja a través del Instituto de Innovación y Promoción para el Emprendimiento Universitario (IPPEU).
- Universidad Continental: ha creado la Incubadora de Empresas CONTI INCUBA.
- Universidad Ricardo Palma: acaba de crear el Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIE).

## EL RETO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL

Como se puede apreciar, son principalmente las universidades privadas las que hacen más visible su preocupación por el fomento del emprendimiento; sin embargo los instrumentos y las actividades de estas universidades en el tema del emprendimiento e incubación de empresas no están muy desarrolladas, por lo que la brecha entre las universidades nacionales y las privadas en este tema es muy corta; es decir, el fomento

del emprendimiento aún no se ha convertido y mucho menos explotado como ventaja diferencial y de mayor valor agregado para aquellas que la promueven, como sí ocurre con el Tecnológico de Monterrey en México.

Esta casa de estudios está posicionada como la primera y la mejor en la formación de emprendedores, lo que se evidencia en sus estructuras curriculares y sus programas de emprendimiento e incubación en cada una de sus sedes; incluso tienen como eslogan "Cultura Emprendedora". La más próxima a nosotros en este intento es la Universidad San Ignacio de Loyola que está tratando de posicionarse como "Emprendedores que forman emprendedores", estrategia que se está reflejando poco a poco en sus programas y carreras.

Por otro lado, las universidades a partir de la década de los 90 tienen la oportunidad de generar recursos propios, gracias a que el gobierno decretó normas que permiten la creación de entidades empresariales de propiedad de las universidades. Este contexto se presenta como una oportunidad inmejorable para incubar empresas, albergarlas, desarrollar sus actividades económicas y exponerlas al mercado una vez que estén fortalecidas

Un aspecto muy importante para que las universidades puedan promover las incubadoras empresariales es que el marco normativo les permite realizar actividades inherentes a las incubadoras de acuerdo a la Ley Universitaria (Ley N° 23733); "las universidades pueden organizar institutos, escuelas, centros y otras unidades con fines de investigación, docencia y servicio" (art. 12); así también "las universidades pueden establecer, órganos y actividades dedicadas a la producción de bienes económicos y a la prestación de servicios, siempre que sean compatibles con su finalidad. La utilidad resultante es recurso propio de cada universidad" (art. 79). Finalmente se precisa que "las universidades están exoneradas de todo tributo fiscal o municipal, creado o por crearse..." (art. 87).

## CONCLUSIONES

Existe consenso sobre la importancia de contar en el país con empresas como la de la familia Añños, o de base tecnológica tipo Microsoft, ya que organizaciones como estas son las que generan el desarrollo económico y social de nuestra nación. Si estamos de acuerdo con esta premisa, entonces

es fundamental que las universidades jueguen un rol mucho más protagónico en el nacimiento y consolidación de las nuevas empresas, reduciendo la tasa de mortalidad de las nuevas compañías y acrecentando sus posibilidades de éxito, formando una nueva generación de líderes empresariales dispuestos a asumir riesgos sin temor a los nuevos retos, perseverantes y con redes de apoyo sólidas. En esta nueva concepción muy pocas universidades han incursionado, por lo que existe un gran mercado para un grande como la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; todo depende del consenso entre autoridades y estudiantes.

## BIBLIOGRAFÍA

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa – Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2006). *Elaboración de Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa*. Lima, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa – Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2008). *Directiva N° 001-2008-MTPE/3.11.3, Ejecución de acciones para el*

*fomento del emprendimiento con enfoque de oportunidad a nivel regional*. Lima, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Linares, Dino (2002). *Creación de Empresas y apoyo a Emprendedores en el Perú*. Lima, Colectivo Integral de Desarrollo, estudio elaborado para el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Tefarikis, Elías (2009). “Educación para el emprendimiento - Chile”. En: *Revista América Economía*. México.

Wompner, Fredy (2007). *Un modelo de incubadora de negocios universitaria; en la ruta de la innovación organizacional*. Chile.

## Páginas Web

Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas, Perú Incuba. [www.peruincuba.net](http://www.peruincuba.net)

Sub Secretaría de PYME – Secretaría de Economía del Estado de México, Sistema Nacional de Incubadoras de Empresas (SNIE=). [www.contactopyme.gob.mx/snie/PrincipiSNIE.asp](http://www.contactopyme.gob.mx/snie/PrincipiSNIE.asp)