

## Emprendimiento y Universidad

**Víctor Hugo Quintana García**

Maestro en Dirección Estratégica de Empresas

Docente investigador, Facultad de Ciencias Empresariales

Universidad Católica de El Salvador, El Salvador

victor.quintana@catolica.edu.sv

Fecha de recepción: 22-11-2017 / Fecha de aceptación: 02-02-2018

### Resumen

Generar nuevas empresas en un país donde la economía no alcanza a brindar oportunidad de empleo a todos, se vuelve esencial; así como también, apoyar todos los esfuerzos para motivar el emprendimiento empresarial y fortalecer el tejido económico y social del país.

Las instituciones de educación superior no están fuera de esta problemática. Con el correr del tiempo, las personas que solicitan estudiar pueden preguntarse ¿para qué estudiar si no hay empleo? Por tanto, las acciones que estas realicen abonarán a fundar nuevos negocios que satisfagan las necesidades de los consumidores a futuro. Se investigó esos esfuerzos que realizan las universidades del país y, principalmente, la satisfacción de los estudiantes de las universidades de la ciudad de Santa Ana para transmitir los conocimientos e incentivar en ellos el emprendimiento empresarial.

Las universidades conocen la importancia y realizan diversas actividades para apoyarlas; entre ellas se encuentra el poseer un centro de apoyo para acompañar a las nuevas ideas de empresas o asesorar algunas ya funcionando. Otra actividad es incentivar pequeñas ferias dentro de algunas materias de las carreras donde los alumnos exponen sus ideas de negocios; siendo la mayoría pequeños comercios. Pero no existe de parte de ellas un programa sistemático; inmerso en todo el currículo de las carreras a largo plazo y, con mayor incidencia que potencie el emprendimiento.

**Palabras clave:** Emprendimiento empresarial, emprendedurismo, universidad, estudiantes, empresarios.

### Abstract

Generating new enterprises in a country where the economy fails to provide employment opportunities for all, becomes essential; as well as, supporting all efforts to motivate entrepreneurship and strengthen the economic and social fabric of the country.

Higher education institutions are not out of this problem. As time passes, people may ask themselves why studying if there is no employment? Therefore, the actions they carry out will help to generate new businesses that meet the needs of future consumers. Efforts made by the universities in the country were investigated, mainly, the satisfaction of students of universities in Santa Ana city to transmit the knowledge and to encourage the entrepreneurship in them.

Universities know the importance and carry out diverse activities to support them; among them it is to have a support center to accompany new business ideas or to give pieces of advice to some already existing. Another activity is to encourage small fairs within some classes in the different majors where students expose their business ideas; most of them are small businesses. But they do not have a systematic program immerse in the complete curriculum of long-term majors, and with great incidence that strengthen entrepreneurship.

**Key words:** Business entrepreneurship, entrepreneurship, university, students, entrepreneurs.

## 1. Introducción

A partir de la crisis inmobiliaria de finales del año 2007, varios elementos de la economía no se han logrado reponer, uno de ellos es el desempleo. Las tasas que reflejan este factor de las economías desarrolladas han mejorado discretamente de un promedio de 7.1% en el año 2014 a 6.7% en el año 2015 (OIT, 2015). Aunque estas mejoras no son suficientes para ofrecer a la nueva población que pasa a formar parte de la población económicamente activa (PEA). Por tanto, el déficit del empleo es mayor. En las economías emergentes, y las que hacen esfuerzos por desarrollarse, es mayor el problema, ya que se ve influenciada por la inestabilidad del contexto económicos, deuda y falta de inversión.

Otro elemento que se relaciona a lo anterior es el subempleo o empleo informal que en El Salvador representa un 66% del empleo (DIGESTYC, 2016). Los resultados del empleo informal son trabajos con baja productividad, bajos salarios y una pobre seguridad social de los trabajadores y su grupo familiar, esto último también afecta a los empleados formales en el tema de pensiones y salud, ya que su crecimiento es a un ritmo menor generando mayores problemas a futuro en estos rubros.

El sector empresarial representa una de los motores de la economía de cualquier país, ya que fomenta tanto la creación de la riqueza, empleo, impuestos etc. Estimular y apoyar al sector empresarial es una necesidad primordial del

Estado, como también de las instituciones privadas, potenciando un mayor desarrollo de este sector y logrando una mejor competitividad en el marco del comercio nacional y mundial.

Una de las instituciones que debe estar relacionada con emprendedurismo son las instituciones educativas, en especial, las de educación superior que, por norma, su tarea principal es de dotar de las competencias laborales que las empresas demandan a sus alumnos; y reconocer que el fomento de nuevos empresarios ha de ser uno de los deberes principales de las instituciones educativas superiores. De lo contrario, sus graduados solo tendrán una sola salida que es buscar empleo y, si no lo encuentran, formarán parte del ejército de desempleados que frustran sus esperanzas de superación.

Existen muchas definiciones de emprendedor; este concepto fue popularizado por el economista Joseph Shumpeter en 1945, definiéndolo como alguien versátil, que posee las habilidades técnicas para saber producir, reunir recursos financieros, organizar las operaciones internas y capitalizar sus esfuerzos a través de las ventas. “El emprendedurismo es el estudio focalizado en comprender y desarrollar las competencias y habilidades relacionadas a la creación de un nuevo emprendimiento” (JICA, 2015).

La universidad puede apoyar a generar un impacto tanto económico y social en una sociedad, a través de impulsar el emprendedurismo. Las tres responsabilidades principales, según la Ley de Educación Superior en el país (1995)

es la docencia, la investigación y la proyección social, pero estas actividades puedan también potenciar a los nuevos empresarios. Otro elemento es la transferencia de la ciencia y tecnología, elementos primordiales en un mundo constante de cambios. El modelo que ellas adopten para apoyar los emprendimientos dependerá que tan profundo, la especialización o que tanto se pretende alcanzar a través de objetivos claros y definidos.

Según el informe del Global Entrepreneurship Monitor para El Salvador 2014-2015 (2015), existe una relación negativa entre el nivel educativo de las personas y la tasa de emprendimiento. Este indicador es mayor entre las personas con educación secundaria incompleta (21.4%) y menor entre los que poseen un título universitario (14.4%), lo que es consistente con que emprender es una respuesta a la carencia de opciones laborales, es decir, los impulsa la necesidad de sobrevivir.

Con la contracción de un mercado laboral se vuelve imperioso que también las universidades enfoquen sus planes académicos, y elevar esta estadística para obtener un alumno con las capacidades necesarias para poder comenzar un proyecto de negocios para no ver frustradas sus aspiraciones; o como una alternativa a no ser desempleado. Mucho del éxito de las empresas requiere de una mejor innovación y la transferencia que las instituciones académicas realicen brindará mejores oportunidades de éxito.

Los esfuerzos para apoyar el emprendimiento que las universidades realizan en El Salvador, según una investigación realizada en el año de 2014 en el país son:

- Abrir centros de apoyo a los micros y pequeños empresarios (15 instituciones de educación superior en todo el país), donde se brinda asesoría a particulares como a la comunidad educativa que sirven. El Ministerio de Economía ha implementado un modelo de Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, acompañado de los Institutos de Educación Superior en la mayor parte del territorio del país; su objetivo es desarrollar un proceso de gestión de cambio hacia una nueva proyección de trabajo.
- En materias de las carreras se realizan ferias para presentar las ideas de negocios del estudiante; la mayoría de estas son internas en las instituciones. Pocas cuentan con participación externa de alumnos de otras instituciones. Exponen ideas de negocios la mayoría productos o servicios con poca innovación.
- Tres instituciones tienen proyectos de incubadoras de negocios: Escuela de Negocios (ESEN), Universidad Francisco Gavidia (UFG) y ITCA FEPADE; ninguna en la ciudad de Santa Ana. Las acciones son apoyo tanto en instalaciones como en la gestión del proyecto. Existen programas de gobierno para financiarlas, pero la tramitología

termina desencantando y; por tanto, su impacto es mínimo. La ESEN realiza una actividad de presentar proyectos a empresarios con el objeto que apadrinen financieramente los proyectos.

- Solo una institución educación superior (ESEN) tiene un currículo orientado a crear nuevos negocios. “La mayoría de ellos siguen con planes de estudio o con pequeñas actualizaciones, pero siempre tomando de base los planes de estudio de hace más de treinta años” (Rivera G, 2015).

Los cambios que se están dando en los últimos veinte años han sido grandes, mucho más que en los últimos siglos en todos los ámbitos. Los negocios no son la excepción: la globalización, las nuevas tecnologías, la innovación, la diversidad de productos y sus cambios a corto plazo; los nuevos servicios o forma de brindarlos, los nuevos procesos de producción, formas más dinámicas de mercadearlos, mayor conocimiento de los consumidores en general y particular; tratados de comercio entre países, entre otros hacen que haya una mayor facilidad para llegar al público. Las universidades como grandes entes jerárquicos realizan cambios mínimos en su currículo; y lo anterior hace que mucho de los contenidos que se enseña son poco actualizados o ya son obsoletos.

El Cuarto Congreso Internacional de Innovación Educativa, realizado por el Tecnológico de Monterrey en México, en diciembre de 2017, se recopilan ideas como la de la presidenta de

Babson College, Kerry Healey: “Enseñar emprendimiento a los estudiantes universitarios les permite reinventarse a sí mismos. Por eso es tan importante que las universidades incorporen el espíritu empresarial a sus planes de estudios”. Con ello contribuirá enormemente a graduados a tener dos vías para desarrollar como persona y profesional, y evitar la frustración de no encontrar vías para desarrollar sus conocimientos adquiridos en la institución de educación superior. Otra idea importante es la del presidente de IE University, Santiago Iñiguez: “Hay que experimentar mucho más en la universidad; las universidades son centros de innovación, de generar nuevas ideas” (Tecnológico de Monterrey, diciembre 2017). Hace falta un mayor acercamiento con los empresarios para conocer las necesidades y las nuevas tendencias que muchas de ellas llevan acompañamiento de tecnología.

Los cambios son lentos en las grandes instituciones. Las universidades sufren esto, lo que no permite reinventarse. La forma de hacer negocios en los últimos veinte años ha cambiado drásticamente. En la figura 1, se retoma lo investigado por Ruiz, Jenny, 2012) y se presentan

factores informales (actitudes hacia el emprendimiento, los valores o comportamientos empresariales, actitudes de las universidades hacia la iniciativa empresarial, los perfiles emprendedores, los temas relacionados con el espíritu emprendedor en los ámbitos educativos, etc.); y formales (como

normativa y organismos de apoyo a la creación de empresas, trámites para iniciar un actividad empresarial, medidas de la universidades para tener programas educativos del espíritu emprendedor, etc.), determinantes para tener una cultura emprendedora.

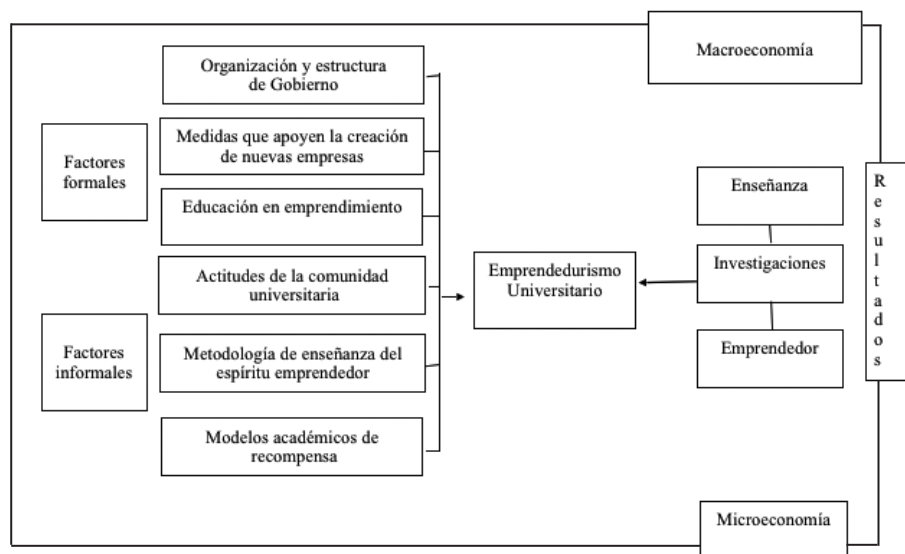
Otto Granados y Arturo Torres publican en, El emprendimiento en los sistemas universitarios: Tecnológico de Monterrey, es una institución con gran éxito en América Latina en los temas de emprendimiento. Desde su fundación, en el año 1943, es reconocida por su compromiso en potenciarla tanto en sus estudiantes como en los docentes; esfuerzos que empezaron a cristalizarse desde 1979. Sus esfuerzos se basan en el conocimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, con responsabilidad social y am-

biental, es uno de los pilares del ecosistema y tema prioritario de la estrategia I+D+i2 de la institución (Molina, Romero y Ramírez,2008). Experiencia que las universidades del país deben de analizar para retomar e implementar en su sistema curricular.

## 2. Metodología

La investigación de tipo descriptivo, proporcionó información del trabajo que realizan las universidades para formar empresarios. Se trató de indagar las percepciones y actitudes de los estudiantes sobre el trabajo que realizan las universidades de la ciudad de Santa Ana para potenciar el emprendimiento.

Se investigó documentación que registrara los esfuerzos que realizan las universidades para



**Figura 1.** Factores que afectan a la creación y el desarrollo de universidades emprendedoras

**Fuente:** Guerrero et al., 2006 y Sooreh *et al.*, 2011 (Orosco, 2008)

apoyar el emprendedurismo como primer elemento. Como segundo se investigó a los 193 estudiantes de último año de las carreras relacionadas al sector empresarial. Se realizó un esfuerzo de abordar a todos los estudiantes, ocupando la técnica de la encuesta.

### 3. Resultados

De los estudiantes investigados, un 51.81% son mujeres y el resto hombres. Se puede percibir que en las carreras relacionada o afines a las ciencias empresariales, el número de estudiantes del sexo femenino es mayor. Como la investigación se enfocó en los últimos años de las distintas carreras, el mayor porcentaje de estudiantes está entre las edades de 21 a 25 años (62.18%). Por su parte, el 24.87% posee una

edad mayor a los 25 años y el resto es menor a 21 años (12.95%).

En cuanto a la cantidad de estudiantes que cursan alguna carrera de Ciencias Empresariales o carreras afines, la Universidad Francisco Gavidia tuvo un porcentaje de 42.49%, seguido de la Facultad Multidisciplinaria de Occidente con 38.86%; y la Universidad Católica de El Salvador con un 13.92% (el porcentaje fue poco, debido a que el grueso de los estudiantes egresan durante el ciclo impar y el 11.92% pertenecían a la Universidad Modular Abierta.

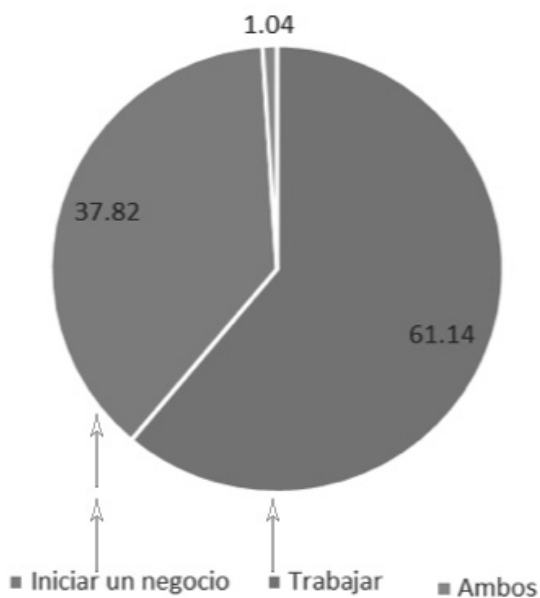
En la figura 2 se detalla la cantidad de estudiantes universitarios entrevistados por carrera:



**Figura 2.** Número de estudiantes entrevistados por carrera.

### Caracterización de los estudiantes

De acuerdo al informe de Global Entrepreneurship Monitor (2016), en el sector empresarial, un amplio porcentaje son empresas familiares de tipo comercial; de ahí que más de la mitad de los estudiantes (53.89%) poseen antecedentes empresariales familiares, frente a un 46.11% que no cuentan con ella. Las expectativas de los estudiantes sobre conseguir un buen empleo relacionado con la carrera que estudian es de un 61.14%; y de iniciar una empresa es del 37.82%. Por su parte, el porcentaje de estudiantes que espera emprender ambas es bastante reducido. (Ver figura 3).



**Figura 3.** Porcentaje sobre las expectativas de los estudiantes al terminar su carrera universitaria.

Un gran número de estudiantes perciben que han tenido experiencia emprendedora en la universidad (67.88%), a diferencia de un 32.12% que no lo considera así. Las activida-

des se centran básicamente en ferias donde exponen sus ideas de negocios, pero la mayoría son ventas de algún producto sin innovación.

Como no existe una currícula que incentive de lleno el emprendimiento en los estudiantes, se realizan pocas pruebas diagnósticas; aunque el porcentaje de estudiantes que manifestaron haberlas realizado es del 42.49%, la mayoría de ellos pertenecen a la Universidad Francisco Gavidia Regional Santa Ana.

### Caracterización del emprendimiento por los estudiantes

La siguiente información describe los esfuerzos y las actividades que realizan las universidades, desde la óptica de los estudiantes de último año de las carreras estudiadas; además, como se autoevalúan las capacidades para crear empresa.

Para ello, en los tres grupos de preguntas se utilizó la escala Likert, ya que mide la intensidad de la satisfacción del encuestado: la nota menor es de uno (totalmente en desacuerdo) y la nota mayor siete (totalmente acuerdo).

La transferencia de conocimiento de las universidades hacia los alumnos –desde la perspectiva de estos últimos– se resume en dos aspectos que son parte de las carreras afines al sector empresarial, siendo las mejor evaluadas: las finanzas y contabilidad (nota 5.5) y la investigación de mercado (nota 5.32); en donde ambas son parte de la gestión de empresa. Asimismo, temáticas que tienen relevancia actuali-

zada como la innovación (nota 5.17), que es un componente esencial a potenciar por parte de las universidades; la utilización de tecnología para la gestión (nota 5.15) como herramientas de apoyo en los procesos de gestión de las empresas y como parte del acercamiento y conocimiento de los clientes; y, finalmente, medio ambiente (nota 5.15), temática de gran importancia en el mundo actual. En la figura 4 se puede apreciar las calificaciones correspondientes a cada aspecto.

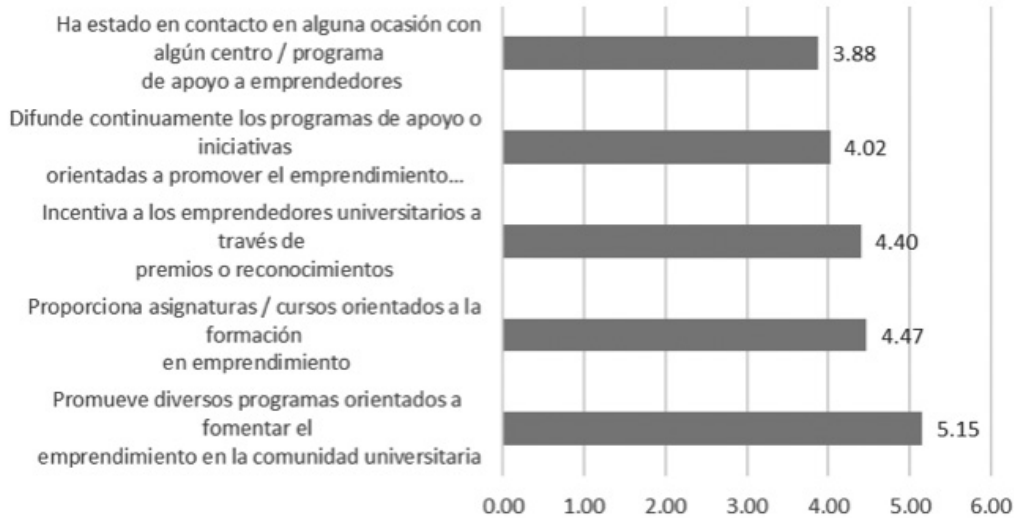
Sobre los esfuerzos y actividades que las universidades realizan para promover el em-

prendimiento, los aspectos evaluados fueron: Promueve diversos programas orientados a fomentar el emprendimiento en la comunidad universitaria (nota 5.15); difunde continuamente los programas de apoyo o iniciativas orientadas a promover el emprendimiento universitario (nota 4.47); incentiva a los emprendedores universitarios a través de premios o reconocimientos (nota 4.40); la difusión continuamente de los programas de apoyo o iniciativas orientadas a promover el emprendimiento universitario (nota 4.02) y el contacto con algún centro/programa de apoyo a los emprendedores (nota 3.38). (Ver figura 5).



**Figura 4.** Indicador evaluación sobre aspectos de transferencia de conocimiento de la universidad a sus alumnos en el desarrollo de nuevas empresas





**Figura 5.** Indicador de evaluación de los estudiantes sobre el trabajo que la universidad realiza para promover el emprendimiento.

Si bien, las universidades hacen esfuerzos mediana a realización de actividades de apoyo al estudiante, a fin de motivarlo para crear un negocio, estos son aislados y no están acorde a un planificación o al fomento de un eje transversal que potencie el emprendimiento.

Por último, se preguntó sobre cómo se evalúa el mismo estudiante respecto a sus capacidades personales para crear una empresa. Los aspectos mejor valorados fueron la oportunidad y los recursos (nota 5.98); seguido de la creación de una empresa como una opción profesional enriquecedora (nota 5.62); y las ventajas que esta ofrece (nota 5.39). Por otro lado, mientras crear una empresa y ponerla en funcionamiento de forma exitosa obtuvieron una calificación de 5.19 cada una. (Ver figura 6).

#### 4. Discusión

El emprendimiento representa una vía estratégica para desarrollar la economía y la socie-

dad de un país. En países donde la poca oferta laboral y el crecimiento del desempleo, –en especial el empleo juvenil o primer empleo– potenciar el emprendimiento de parte de las universidades en sus estudiantes hará crecer el tejido económico. Un estudiante graduado que no encuentre empleo desarrollará a mediano y largo plazo frustración; por ello, generar y potenciar las cualidades de empresario será una vía que nutrirá el tejido empresarial; además es vital para su crecimiento en cuanto a generar una mejor calidad de vida, ya sea como empresario o generando empleo.

Es responsabilidad de las universidades dotar a sus egresados de las herramientas para poder realizarse en el mundo laboral, dotando de las competencias que las empresas demandan para los puestos de trabajo. Además, deben brindar e impulsar la creación de negocios por parte del estudiante; con ello estos tendrán do-



**Figura 6.** Indicador de como evalúa las capacidades los estudiantes para crear una empresa

ble oportunidad de buscar su realización después de graduados.

La experiencia de casos exitosos de las universidades debe adaptarse a un sistema que conlleve potenciar a largo plazo el emprendimiento. Muchas veces la transferencia de conocimiento mata las nuevas ideas que pueden ir surgiendo de los alumnos, para ello se debe cambiar los contenidos de las materias, capacitar a los profesores para trabajar con alumnos, crear programas de incubación, parques tecnológicos y la búsqueda de capital financiero, ya sea por programas de gobierno o padrinos que acompañen a los emprendedores. Los resultados serán menores en los primeros años, pero la experiencia indica que manteniendo estos programas y actualizándolos, se lograr crear una cultura emprendedora sostenible.

Elementos como la competitividad, la innovación y el apoyo de la tecnología en la gestión de las empresas son parte esencial de la enseñanza de las universidades. Ya sea conociendo las necesidades demandadas por el sector empresarial o potenciando en los graduados esos conocimientos para posteriormente emplearlos.

Los esfuerzos que realizan las universidades de la ciudad de Santa Ana por apoyar el emprendimiento entre sus estudiantes pueden valorarse como débiles; ya que hacen falta procesos de formación y estructuras curriculares que permitan desarrollar la capacidad de emprendimiento. La gran competencia para instituciones de educación superior son las instituciones y universidades que ofrecen especializar, a corto plazo, en competencias específicas técnicas especializadas, las cuales poseen una alta demanda en países desarrollados.

## 5. Referencias

- Alvarado, O. y Rivera, W. (2011, enero-junio). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*. Universidad del Valle, 27(45), 61-74. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v27n45/v27n45a04.pdf>
- Bóveda, J. E.; Oviedo, A. y Yakusik, A. L. (2015). Manual de Emprendedorismo. Recuperado de [https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info\\_11\\_01.pdf](https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf)
- El Salvador, Ministerio de Economía – Dirección General de Estadísticas y Censos (2017). *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples*. Recuperado de <http://www.digestyc.gob.sv/index.php/temas/des/ehpm/publicacionesehpm.html?download=616%3Apublicacion-ehpm-2016>
- Global Entrepreneurship Monitor - Escuela Superior de Economía y Negocios y Sánchez, M (col.) (2015). El Emprendimiento en El Salvador. *Informe nacional de El Salvador 2014-2015*. Recuperado de [https://www.esen.edu.sv/gem/files/resultados/GEM\\_EL\\_SALVADOR\\_2014\\_2015.pdf](https://www.esen.edu.sv/gem/files/resultados/GEM_EL_SALVADOR_2014_2015.pdf)
- González, J. y López, C. (2012). El emprendimiento en los sistemas universitarios: el Tecnológico de Monterrey. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva, 4. Recuperado de [http://publicaciones.caf.com/media/17622/caf\\_libro\\_tec\\_web.pdf](http://publicaciones.caf.com/media/17622/caf_libro_tec_web.pdf)
- Guerrero, M.; Urbano, D.; Ramos, A.; Ruiz-Navarro, J.; Neira, I. y Fernández-Laviada, A. (2016). Perfil emprendedor del estudiante universitario. *Observatorio de Emprendimiento Universitario*, Informe 2015-2016. Recuperado de [https://www.crue.org/Documentos%20compartidos/Publicaciones/Observatorio%20de%20Emprendimiento%20Universitario/20161201\\_Observatorio%20de%20Emprendimiento%20Universitario\\_informe\\_web.pdf](https://www.crue.org/Documentos%20compartidos/Publicaciones/Observatorio%20de%20Emprendimiento%20Universitario/20161201_Observatorio%20de%20Emprendimiento%20Universitario_informe_web.pdf)
- Lederman, D.; Messina, J.; Pienknagura, S. y Rigolini, J. (2014). *El Emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Recuperado de [http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina\\_resumen.pdf](http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf)
- Organización Internacional del Trabajo. (19 de enero de 2016). Se prevé un aumento el desempleo mundial en 2016-2017. *Perspectivas Sociales y de Empleo en el Mundo - Tendencias 2016*. Recuperado de [http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_444114/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_444114/lang--es/index.htm)
- Orozco, L. y Chavarro, D. (2008). Universidad y Emprendimiento. *Hallazgos*, 10, 65-97. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4138/413835171006.pdf>

- Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (2016). Quinto informe Estado de la Región, San José, Costa Rica: 5ª edición. Recuperado de <http://www.estadonacion.or.cr/erca2016/assets/erca-2016-web.pdf>
- Rivera A., V. G. (2015). Desarrollo del emprendedurismo en las Instituciones de Educación Superior en El Salvador. *Anuario de Investigación*, 4, 233-248: UNICAES editores
- Ruiz, J.; Cabeza, D. y Briano, G. (2012). La Universidad y Emprendimiento: Un caso de estudio en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada. *Revista electrónica de investigación Docencia Creativa*, 1, 144-157. Recuperado de <http://www.ugr.es/~miguelgr/ReiDoCrea-Vol.1-Art.20-Ruiz-Cabeza-Briano.pdf>
- Tecnológico de Monterrey (12 de diciembre de 2017). Líderes educativos hacen autocrítica sobre las universidades. *CONNECTA*. Recuperado de <https://tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/lideres-educativos-hacen-autocritica-sobre-las-universidades>