

¿Que nos falta para construir un país de emprendedores?

Por:

Beatriz Elena Ángel Álvarez

Resumen:

El Empresarismo se ha convertido en los últimos años en una preocupación para el país, tanto para las universidades desde su responsabilidad en los procesos de formación de profesionales, como para el gobierno y los diferentes gremios; en este artículo se muestra como cada uno de ellos han contribuido a enriquecer el tema y cuál ha sido el compromiso asumido. Este artículo parte de una pregunta, en donde, más que llegar a dar una respuesta, se pretende dejar los interrogantes de lo que debe hacerse frente al tema.

Palabras claves:

Cultura empresarial, emprendedor, empresa, red universitaria, universidad.

Abstract:

In the past few years, being an entrepreneur has become a concern for different groups in the country. One is the universities given their responsibility regarding the process of professional training, and the other is the government and the different associations in the country. That is why in this article, it is shown how each group of people has contributed to enrich the aforementioned topic as well as the commitments that have been assumed by said groups. This article begins by stating a question which looks for establishing the basis for an appropriate answer for it, as well as the new questions that are in need to be asked regarding the topic.

Keywords:

Managerial culture, enterprising, enterprise, venturesome net, university.

Este artículo no pretende sentar las bases de lo que un estudiante debe saber para crear una empresa, ya que del tema está comprobado que hay suficiente información, sino generar los interrogantes con respecto al ambiente, la atmósfera y los mecanismos académicos que fomenten un espíritu empresarial.

El punto de partida de este artículo son interrogantes tales como: ¿Qué diferencia a un estudiante con espíritu empresarial de uno que no lo tenga? ¿Cómo se fundamenta desde la formación universitaria eso que

se denomina “espíritu empresarial”? y ¿Ello se reduce a una cátedra o la formación de unos hábitos? o ¿requiere de un propósito interdisciplinario que implique una transformación sustancial de la manera como la Universidad asume esta responsabilidad?

Para iniciar este artículo es necesario tener en cuenta una serie de premisas que hoy se están aplicando en el país y que constituyen la base de lo que se conoce como cultura empresarial y que cruza horizontalmente el discurso que soporta toda la teoría moderna al respecto.

Voy a enumerarlas, para poder establecer la idea que desarrollaré en el presente escrito y que guardan relación directa con conceptos como cultura empresarial, sentido empresarial, semillero de empresas, entre otros, y que serán tratados desde una perspectiva académica, en principio, incorporando los conceptos teóricos a los conceptos reales y prácticos de lo económico, revisando el apoyo en términos económicos de gremios y de gobierno a las iniciativas empresariales.

Empezaré con lo elemental, retomando a Federico Dejo en la Guía para crear una empresa socialmente responsable (Dejo, 2008): “No nos equivocamos si sostenemos que el desarrollo de un país moderno, está en función directa a la vocación y capacidad empresarial de su población. Esto significa que mientras más personas tengan iniciativas para hacer empresas y aprender a conducir las con éxito, el espacio social al que pertenecen logrará generar valores agregados que redundará en niveles de vida cada vez mejores”.

Los paradigmas con relación al trabajo han cambiado; empleo y trabajo se entienden hoy como conceptos diferentes; la vinculación laboral a través de un empleo con una importante empresa que le garantice a la persona su estabilidad casi en todos los campos de la vida, y permanecer en ella hasta jubilarse, ha sido cambiada por una relación con la empresa desde diferentes alternativas, donde la vinculación en muchos casos ya no es directa, o quienes la tienen, establecen un ciclo de permanencia en las organizaciones que oscila entre los 5 y 7 años, tendiendo a ser menores.

Entendiendo esta nueva realidad, las universidades han incorporado cátedras que fomentan el "*espíritu empresarial*" en sus programas académicos, y en muchas de ellas, como mecanismo necesario dentro del proceso de formación profesional; en algunas como requisito indispensable dentro de pensum académico, y en otras simplemente como una opción (asignatura electiva) para aquellos estudiantes que tienen una iniciativa frente al tema, en donde el objetivo siempre va encaminado a buscar que el futuro profesional cuente con otras competencias que se requieren para hacer parte de una economía global, de alta competencia y permanente innovación.

Universidades como la Sergio Arboleda de Bogotá, en su propósito académico, han decidido: "...mediante un "revolcón" en la estructura educativa del país, construir un modelo de educación y aprendizaje que cambie el tradicional y actual proceso formativo, orientado al status del empleo de por vida por uno orientado al cambio, a la innovación, al

empresario, a la creatividad y a las nuevas situaciones, lo que implica modificar radicalmente no solo los contenidos y las finalidades sino también las metodologías de todo el proceso educativo. La educación empresarial, mediante el establecimiento de las cátedras de liderazgo, creatividad e innovación empresarial y de la adopción y adaptación de modelos educativos de otros países (Canadá, entre otros), se vuelve una obligación y deja de ser una opción”.

Las universidades, en los últimos años, han incorporado el tema de la cultura empresarial, de la creación de empresas y del fomento de las mismas, a través de las incubadoras. En 1984, se dieron los toques finales en el ICESI para el nacimiento de una unidad académica completamente novedosa en todo el ámbito universitario latinoamericano, a la cual se le encargó la misión de producir una nueva cultura empresarial, llena de creatividad y responsabilidad social en la comunidad, bajo su influencia.

Los colegas del ICESI y de muchas otras universidades colombianas, iniciaron preguntándose: qué sentido tenían los conceptos de Desarrollo del Espíritu Empresarial, de Cultura Empresarial, de Mentalidad Empresarial y de Educación Empresarial.

El SENA, por su parte está hoy por hoy liderando los procesos de fomento de creación de empresas, y es la institución que va a la vanguardia en este tema, y lo está haciendo por medio de estrategias a través de la red de incubadoras, la red interuniversitaria para el emprendimiento, la cual trabaja en la transferencia de metodologías,

programas y proyectos y en el acompañamiento del montaje de unidades de emprendimiento en las universidades; y con industrias de soporte, a través de las cuales busca apoyar nuevas empresas, así como el fortalecimiento de las ya existentes, con el uso compartido de la infraestructura SENA, con Universidades y otras Instituciones para el apoyo a los emprendedores, por medio de laboratorios, salas de cómputo, etc., y de igual modo a través de mecanismos de financiación a las iniciativas.

Por su parte, la empresa, como fundamento de desarrollo e incorporación a las condiciones básicas del comercio internacional, ha determinado que el fomento de la misma no corresponde solamente a la iniciativa privada, sino que constituye una preocupación permanente de los gobiernos, las cámaras de comercio y diferentes gremios, así como de las Universidades desde la perspectiva de la formación.

Es evidente que el concepto de lo empresarial, es un discurso que recorre todo el espectro social y comercial de nuestro contexto, está inscrito de manera precisa en los planes de gobierno y en la sociedad civil a través de los organismos comerciales que directamente tienen esta responsabilidad, por esto Cámaras de Comercio, Fenalco, Acopi, Fedesarrollo, etc., están respaldados en una amplia normatividad, lo que corresponde a su regulación, desarrollo, fomento y promoción. Se está brindando un apoyo económico permanente desde los planes de gobierno a nivel nacional y municipal, y por lo tanto no es descabellado afirmar que el fomento de la empresa a través de una cultura de lo

empresarial es una preocupación permanente desde todos los niveles, con actores como: Centros de Desarrollo Empresarial –CDE–, Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial –PRODES– Corporación Colombia Internacional –CCI–⁽²⁾, Centros de Desarrollo Tecnológico –CDT–⁽³⁾, Incubadora de Empresas de base Tecnológica, Centros Regionales de Productividad⁽⁴⁾, Directorio de la Red Nacional de Centros de Desarrollo Tecnológico⁽⁵⁾, entre otros.

Otros actores que se articulan al Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas son: Colciencias, FONADE (Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo), Universidad Nacional de Colombia-Interventoría, EmpreAndes (Grupo Estudiantil que fomenta el espíritu empresarial y la creación de empresas en la Universidad de los Andes), Red de Desarrollo Tecnológico de la Universidad Nacional de Colombia.

Así mismo, el proceso de incubadoras de empresas es una realidad que está inscrita en todos los programas de gobierno, en las Universidades como centros de apoyo y en los mecanismos de financiación de la pequeña y mediana empresa. La definición que da el SENA sobre incubadora de empresas es: “Las Incubadoras de Empresas son Instituciones que aceleran el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras a partir de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos. Su principal labor consiste en transferir a los emprendedores una forma de pensar: "el pensamiento empresarial”.

Recordemos que las incubadoras de empresas constituyen un elemento estratégico de la política de innovación de los países y que algunos países como Brasil, Chile y México, cuentan con aceleradoras de empresa que les permite actuar en la cadena de valor de generación de cultura emprendedora. En tal sentido, la literatura especializada destaca su utilización para favorecer el desarrollo de un sector o rama industrial de empresas intensivas en conocimientos (científicos, tecnológicos o de mercado). En general, son instrumentos fuertemente orientados al desarrollo de regiones, en los que el poder local tiene un papel estratégico y, en general, vital para su surgimiento y sostenimiento en el tiempo.

La Cámara de Comercio de Medellín es un claro ejemplo de esta preocupación, al fomentar y apoyar tanto a las empresas nacientes como existentes, por medio de programas como “Antioquia emprende”, “Medellín mi empresa” y CAME (Centro de Apoyo a Mujeres Emprendedoras), en donde “se busca impulsar la creación de empresas y el fortalecimiento de las existentes dentro de las cadenas productivas y clusters estratégicos ubicados en el Departamento de Antioquia”, así como la generación de factores innovadores, la implementación de nuevas tecnologías, la autosostenibilidad, la productividad y la competitividad.

El gobierno ha implementado políticas de desarrollo empresarial en todos los niveles, estableciendo mecanismos financieros, apoyo logístico, formación e información al respecto en forma permanente.

Las tendencias nacionales e internacionales señalan que los emprendedores no solamente necesitan conocimientos en las áreas propias de sus negocios, sino también **mentalidad empresarial** y apoyo para el fomento y desarrollo de sus iniciativas empresariales. La creación y la sostenibilidad de una empresa, requiere de la existencia de determinados valores culturales como la actitud mental hacia el éxito, la capacidad de identificar oportunidades, la destreza para administrar el recurso, la habilidad creadora e innovadora, el liderazgo y la visión de futuro.

Según los conceptos expuestos, pareciera estar dado todo el escenario legal, teórico y práctico, para que el país pueda asumir el reto que implica los niveles de competitividad y productividad mundial, así como el desarrollo requerido frente al déficit fiscal, el problema de empleo y el aumento de la población. El reto está siendo asumido desde muchos sectores: Gobierno, Empresarios, Gremios, Universidades, pero aún así lo planteado teóricamente y lo que conocemos como empresas de éxito, muestran una diferencia sustancialmente abrumadora. Se habla de cultura empresarial, de incubadoras de empresas, se publican infinidad de libros del mismo tipo, a la vez que en las universidades se han incorporado dentro del pensum para incentivar la creación de empresas sin que nada de ello garantice los resultados positivos, especialmente en la capacidad de crecimiento y fortalecimiento de empresas en el largo plazo, siendo este último el punto mas débil de la cadena de generación de cultura emprendedora.

¿Será que no basta establecer rutas específicas y académicas de lo que es una empresa? ¿Cómo se crea? ¿Qué lógica financiera debe acompañarla?, todas ellas son herramientas imprescindibles y necesarias, pero no garantizan el éxito de una idea empresarial.

¿Será que, a pesar del esfuerzo realizado en el país, los profesionales están respondiendo en su ejercicio a las expectativas generadas en términos de nacimiento de nuevas empresas, de tal forma que podamos decir que esto se traduce en desarrollo económico?

¿Cuál es entonces la política que se debe implementar desde la Universidad para que los estudiantes no solamente sepan los fundamentos de la teoría empresarial, sino para crear el sentido empresarial como una actitud y forma de comportamiento que esté presente en todas las actividades que el estudiante realice, incorporar en su psiquis –por así decirlo- una forma de actuar que involucre los parámetros esenciales del empresario sin importar el escenario en que se mueva?

Cómo suscitar respuestas desde una perspectiva de lo ambiental, entendiendo este término como la atmósfera de negocios que se debe dar en todos los ámbitos en la Universidad, como si fuera una feria de oportunidades, no como el simple resultado de una cátedra, convirtiendo a la universidad en un centro donde la realización de lo empresarial (que iría de lo más simple hasta lo más complejo, de los marcos conceptuales, información básica, hasta construir centros de asesorías permanentes),

sea el elemento esencial más importante después de la formación profesional.

La pregunta de fondo en este punto es: ¿qué acciones tendremos que tomar desde el punto de vista académico, principalmente, para inyectar en el inconsciente colectivo la idea de crear empresa, y en lugar de escuchar a nuestros estudiantes hablar de cuáles son las ofertas laborales que están en el mercado, escucharlos hablando de cuáles son las oportunidades de negocio que se están moviendo en el mundo?

Notas:

(2) Es un programa de iniciativa privada con participación de Confecámaras, el Banco Interamericano de Desarrollo y Acopi. El Programa es ejecutado a través de convenios con más de 35 instituciones nacionales que operan 6 centros de desarrollo empresarial y una unidad de Dirección Nacional.

(3) Es un programa integral, asociativo y estratégico de ACOPI, orientado a organizar empresas de un mismo sector, cadena industrial, o ramo (cluster), para mejorar la gestión de manera sostenida, elevar la productividad y competitividad de las mismas, en el corto, mediano y largo plazo.

(4) Es una entidad de participación mixta, sin ánimo de lucro, dotada de personería jurídica y patrimonio propio que presta servicios de asesoría para fortalecer la las cadenas de productos agroalimentarios.

(5) El desarrollo de la ciencia y la tecnología en sus diferentes áreas, la industria, actividades agropecuarias, electrónica, telecomunicaciones e informática, el sector

energético y minero, las ciencias del medio ambiente, la tecnología del mar, las ciencias sociales y humanas, la salud, educación, ciencias básicas y la biotecnología.

Referencias bibliográficas

Dejo, Federico. Guía para crear una empresa socialmente responsable. Proyectos sostenibles.org. Introducción. Recuperado el 20 de Mayo de 2008 de <http://www.proyectossostenibles.com/empresa.htm>.

Puyana, David. El espíritu emprendedor. Escuela de Negocios y Ciencias empresariales. Universidad Sergio Arboleda. Recuperado el 15 de Mayo de 2008 de http://www.usergioarboleda.edu.co/PyMEs/espiritu_emprendedor.htm.

Organización internacional del trabajo. Centro interamericano para el desarrollo del conocimiento en la formación profesional. Recuperado el 5 de Junio de 2008 de <http://72.14.205.104/search?q=cache:IHRnLYafNJIJ:www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/employer/pymes/ifp/iv.htm+%22Su+principal+labor+consiste+en+transferir+a+los+emprendedores+%22&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=co>.

Cámara de comercio de Medellín para Antioquia. Antioquia Emprende.
Recuperado el 10 de Marzo de 2008 de
<http://www.camaramed.org.co/main.asp>.

*** Beatriz Elena Ángel Álvarez**

- Ingeniera Industrial de la Universidad Nacional
- Especialista en Docencia Universitaria de la Universidad San Buenaventura y Gerencia en Finanzas de la Universidad Autónoma de Manizales
- Actualmente está realizando estudios de Doctorado de Administración de Empresas en la Universidad San Pablo CEU de España.
- En la actualidad se desempeña como docente-investigador de la Escuela de Administración de la Institución Universitaria CEIPA.
- beatriz.angel@ceipa.edu.co