

Empresas de estudiantes universitarios: Un análisis de contraste entre la Universidad EAN en Colombia y la Universidad Continental en Perú

León Darío Parra Bernal¹

Milenka Linneth Argote Cusi²

Tula Mendoza Farro³

Resumen

El objetivo principal de la presente investigación fue caracterizar y contrastar el perfil de las empresas de base universitaria en la Universidad EAN de Colombia y La Universidad Continental del Perú. Para ello, se censaron las empresas de aquellos estudiantes que afirmaron tener empresa o de sus padres de forma presencial y de forma virtual a los estudiantes egresados. Se les preguntó los datos de la empresa, el nivel tecnológico, acceso al sistema financiero, nivel de formación de sus recursos humanos, acceso a mercados, nivel de asociatividad de las empresas e innovación empresarial. Entre las dos poblaciones de estudio (universidades) se logró censar 644 empresas (346 empresas en la Universidad EAN y 298 empresas en la Universidad Continental). Uno de los principales resultados encontrados fue que el mayor porcentaje de las empresas censadas en las dos poblaciones de estudio son microempresas con menos de 10 empleados y se concentraron principalmente en el sector de servicios.

Palabras Clave: Censo Empresarial, Empresarialidad Universitaria, demografía empresarial

Abstract

The main issue of this research was to characterize and compare the enterprises of students and graduates of EAN University in Colombia with Continental University in Perú, institutions that have included the topic of entrepreneurship in their curriculum. In this project were surveyed student's enterprises (or its parents) and graduates. They were asked about: level of technology, access to financing, training level of its human resources, market access, level of association of their companies and business innovation. The census recorded information of 644 companies in both countries (346 enterprises in EAN University in Colombia and 298 in Continental University in Peru). The highest percentage of companies surveyed were classified as micro enterprises with less of ten employees and concentrated mainly in the trade and service sectors. The Data Base has specific information about Business University.

Key Words: Business Census, Business University, Business Demography

JEL: H00, H7, R5, J4

¹ Economista y Maestro en Población y Desarrollo por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, Sede México) y estudios de doctorado en Economía por la UNAM de México. En la actualidad es profesor asociado en el Instituto de Emprendimiento, Liderazgo e Innovación de la Universidad EAN. Sus líneas de investigación son empresarialidad informal, incubación empresarial, demografía empresarial y política pública. E – Mail: ldparra@ean.edu.co

² Maestra en Estudios de Población por FLACSO-México. Ingeniera de Sistemas por la Escuela Militar de Ingeniería de Bolivia. Se ha desempeñado como directora de monitoreo y evaluación de indicadores en el observatorio urbano de la ciudad de México, y en la secretaria de educación de México seccional CENSIDA. Coordinó el trabajo de campo del Censo Empresarial de la Universidad EAN en 2013, actualmente es Consultora de Planificación Estratégica de Corpotalentos, ONG dedicada a la elaboración de proyectos de desarrollo territorial en Bogotá Colombia. E – mail: milengita@hotmail.com

³ Economista, Directora del Centro de Emprendimiento de la Universidad Continental. E – Mail: tmendoza@continental.edu.pe

Introducción

En la actualidad el acceso a diversos sistemas de información y a bases de datos es de vital importancia para la investigación en diferentes áreas y en apoyo a la toma de decisiones. El contar con información actualizada del mercado, así como con estudios de caracterización poblacional, se ha convertido en una herramienta trascendental no solo para la investigación de punta en diferentes temas, sino también para la inteligencia de negocios y la adaptación de nuevos productos con base en los patrones de consumo (Martínez, 2010; Cañibano y Sánchez, 2004). No obstante, en el área de emprendimiento y empresariedad las fuentes de información estadísticas e investigaciones que se basan en la caracterización del tejido empresarial están aún en proceso de desarrollo, con contadas excepciones como el caso del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) a nivel mundial. Dicha situación se vuelve más evidente para casos particulares como la empresariedad dentro de las universidades, área en la cual los estudios disponibles se hallan en etapa embrionaria (Kantis, Postigo, Federico & Tamborini, 2002b)

Teniendo en cuenta lo anterior, en el 2013 se realizó un censo empresarial en La Universidad EAN en Colombia cuyo objetivo central fue caracterizar las empresas de propiedad de los estudiantes (o de sus padres) y egresados como caso de estudio. Dicha investigación arrojó como resultado el perfil del empresario universitario, así como sus características en diferentes dimensiones de análisis como la productiva, uso de nuevas tecnologías e innovación, y el financiamiento empresarial. Teniendo en cuenta los resultados que se obtuvieron en el mencionado estudio (Parra y Argote, 2015), se procedió a replicar la investigación en la Universidad Continental de Perú en la ciudad de Huancayo en el 2014, en esta ocasión el propósito central giró en torno a comparar los resultados de los dos censos realizados en las dos instituciones académicas, con el fin de analizar las diferencias en el perfil del empresario universitario y de sus empresas entre las dos poblaciones de estudio.

En este sentido, la pregunta de investigación que orientó el estudio fue ¿cuáles fueron las principales diferencias en el perfil de las empresas de universitarios entre las dos Universidades analizadas en Perú y Colombia? y en segundo lugar, establecer ¿cuál fue el nivel de diferenciación respecto de las características productivas en los dos universos de estudio? La investigación, a su vez busca aportar en diferentes frentes respecto de la caracterización del perfil empresarial de base universitaria: En el ámbito metodológico la investigación aporta instrumentos para capturar las características demográficas, financieras, tecnológicas, sociales y de redes de las unidades empresariales de propiedad de universitarios en América Latina, lo cual permite contar con un enfoque diferenciador al que se maneja para los emprendedores. En el ámbito del estudio de la empresariedad se constituye en un análisis de contraste que permite dar lineamientos para establecer si existen o no diferencias en el perfil de las empresas

en contextos diferentes, lo cual puede ser replicado en otras instituciones educativas para efectos comparativos. Por último el desarrollo de censos empresariales en las universidades aporta elementos para la toma de decisiones respecto del fomento y promoción de la empresarialidad y el emprendimiento.

El presente artículo se desarrollará en el siguiente orden. La primera sección contextualiza el estudio y los principales referentes teóricos que se han abordado en el tema de la empresarialidad de base universitaria. En la segunda sección se detalla la metodología que se desarrolló para realizar tanto el censo empresarial como el respectivo análisis de contraste. La tercera sección profundiza en los resultados analizados y presentados acorde a las dimensiones de empresarialidad que se consideraron relevantes de censar. Y por último, la quinta sección cierra con una discusión de los hallazgos encontrados.

1. El estudio de la empresarialidad universitaria

El estudio de la empresarialidad se ha desarrollado desde diferentes perspectivas y metodologías de medición, las cuales han buscado diferenciar entre el tipo de empresas o emprendimientos de acuerdo a su motivación, de acuerdo al nivel de madurez en el mercado (como lo hace el informe GEM), indagar acerca de las características tanto de los emprendedores y empresarios como individuos, o profundizar en los factores que estuvieron asociados al momento de crear empresa (Kantis, Ishida & Komori, 2002a; Pereira, Osorio, F. Medina, Vesga, Quiroga, Gomez, Restrepo, J. Varela, Soler, 2012). No obstante, dichos estudios se encuentran más relacionados con la medición de la propensión a emprender de un país o región, que con caracterizar las empresas que ya han sido creadas.

Pese a que el estudio del emprendimiento y la empresarialidad universitaria es un tema reciente en la literatura, existen investigaciones sobre la propensión a emprender en los universitarios (Cowling y Taylor, 2001; Liseras, De Rearte, María y Graña, 2003), sobre el proceso de creación empresarial y desarrollo de Spin – Off ⁴ en las universidades acordes al tipo de empresa (Kantis *et al.*, 2002b; Colombo y Delmastro, 2002; Pazos, López, González, y Sandiás, 2008), y la incidencia de la formación en emprendimiento sobre la creación de empresas en las universidades (Crissen, 2006). Dichos estudios abordan la creación de empresas de base tecnológica originadas del proceso de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I), además reflexionan en torno a la pregunta: ¿el emprendedor nace o se hace?

⁴ Spin-off se considera como el proceso mediante el cual se crean empresas a partir de empresas ya creadas.

En este marco conceptual nace la cuestión de, si los emprendimientos universitarios o aquellos que son concebidos por un grupo de personas con un mayor grado de escolaridad frente al común denominador de la población, poseen mejores condiciones para lograr el éxito empresarial y sobresalir en el mercado, o si dicha condición es independiente del nivel de escolaridad del individuo. De la misma forma nace la inquietud si las condiciones sistémicas y el contar con un ecosistema robusto para el emprendimiento, manifiesta alguna relación con el tipo de empresas que se generan en una economía.

De acuerdo con lo anterior, Kantis y otros investigadores encontraron que en América Latina más de la mitad de empresas consideradas como dinámicas han sido creadas por graduados universitarios o personas que se encuentran en proceso de formación universitaria. En la misma línea, el estudio describe que los equipos de emprendedores con un mayor grado de interdisciplinariedad están regularmente conformados por emprendedores universitarios o profesionales con cierto grado de experiencia profesional (Kantis *et al*, 2002a:32).

En estudios posteriores, Kantis desarrolla el concepto de condiciones sistémicas para el emprendimiento, aludiendo a los diferentes factores culturales, sociales, educativos, normativos y de promoción al emprendimiento que intervienen en la generación de emprendimientos dinámicos. En dicho enfoque, las empresas denominadas como dinámicas⁵ tienen una mayor probabilidad de generarse en los países cuyas condiciones sistémicas sean mejores para emprender, y en ese sentido la formación de capital humano emprendedor resulta clave para este propósito (Kantis, Federico e Ibarra, 2014).

Siguiendo el contexto anterior, la presente investigación busco contrastar dos tejidos empresariales de base universitaria con diferentes contextos socioeconómicos, e incluso diferentes estructuras de apoyo al emprendimiento y la empresarialidad. Ello con el fin de establecer si existieron diferencias significativas respecto de la estructura productiva de las empresas en particular, y de las poblaciones de estudio en general.

2. Metodología y desarrollo del censo empresarial.

La misión y filosofía de la Universidad EAN en Colombia orientada a la formación de profesionales distinguidos por su espíritu emprendedor, brindó un contexto particular para la realización de un censo empresarial a las empresas de propiedad de estudiantes de pregrado y posgrado, o de sus padres, así como de los egresados en el año 2013. El propósito central de dicha investigación fue caracterizar dichas empresas en diferentes dimensiones de análisis, y con ello poder establecer entre otros aspectos: necesidades de acompañamiento empresarial, oportunidades de

⁵ Para Kantis, et.al (2014) Una empresa dinámica se define como aquella que es capaz de superar el tamaño de micro empresa durante sus primeros años de vida.

crecimiento y mejora para dichas empresas, y niveles de diferenciación entre las firmas por programas académicos, y otras variables de control (Parra y Argote, 2015).

Los resultados de la anterior investigación despertaron el interés para que en el 2014 se replicará dicho proyecto de investigación en la Universidad Continental del Perú, conservando la misma metodología que se implementó en la Universidad EAN, y verificando que las poblaciones de estudio fueran comparables. En este sentido, los dos censos empresariales fueron desarrollados en tres fases de ejecución como se muestra en la Figura 1. En la fase pre-operativa se indagó acerca del estado del arte sobre la realización de censos empresariales, sobre las metodologías, e instrumentos de captación y se llevó a cabo la planificación del trabajo de campo, así como el diseño y capacitación sobre el instrumento de recolección a los empadronadores. Posteriormente la fase dos, implicó el desarrollo del trabajo de campo, el cual estuvo subdividido en dos etapas: la prueba piloto y la ejecución del censo in situ. Finalmente, la fase tres implicó la construcción de la base de datos censal, procesamiento de la información, evaluación de la calidad del dato y análisis de los resultados.

Figura 1. Descripción de las fases y actividades que componen el desarrollo de los censos empresariales de la Universidad EAN en Bogotá – Colombia en 2013 y en La Universidad Continental en Huancayo – Perú en 2014

Fase I Pre-operativa (FPO)	Rescate de información para el Marco Técnico	Fase II Trabajo de campo (FTC)	Prueba Piloto	Fase III Análisis de datos (FAD)	Pruebas de validación de los datos obtenidos
	Rescate de información de otros censos y del censo Económico				Diseño de la Base de Datos del Censo
	Construcción de la planificación del censo		Rediseñación		Digitación, verificación y validación
	Diseño del instrumento del censo		Estrategia logística del censo		Análisis de datos de las empresas de resultados de la Universidad EAN
	Definición de la Estrategia de Comunicación y Marketing		Ejecución del censo		Consolidación de la información generada por los censos FPO, FTC y FAD
	Operación de empadronadores y supervisión del censo				Consolidación de resultados
	Continuación de la ejecución del censo				Publicación de resultados oficiales

Fuente: Elaboración Propia

La información revisada del estado del arte sobre empresarialidad y censos económicos sirvió de insumo fundamental para el diseño del formulario y la matriz de planificación del censo (Parra y Argote, 2013). La estructura del formulario, las secciones y las variables, están en función a los requerimientos del grupo de expertos de la temática particular en la Universidad EAN y a otros ejemplos de censos económicos o empresariales que se revisaron de otros países como: México, Ecuador, Bolivia, incluida Colombia. Se desarrollaron ocho secciones para contar con información sobre: datos de la empresa, nivel tecnológico, acceso al sistema financiero, nivel de formación de los recursos humanos, acceso a mercados, nivel de

asociatividad (redes) e innovación empresarial. La primera sección sobre datos de la empresa tuvo el objetivo de crear un registro básico de las empresas de propiedad de estudiantes y las otras secciones para conocer si utilizan nuevas tecnológicas, si invierten en innovación, el tema de créditos, acceso al sistema financiero, exportación, si están afiliados: sus ventajas o desventajas, todos temas importantes en el estudio de la empresariedad.

En este sentido, el número de empresas censadas en los dos universos de estudio supero las expectativas de la planificación considerando las restricciones. Para el caso de la Universidad EAN en Colombia se logró censar 346 empresas de propiedad de estudiantes y egresados o de sus padres, mientras que para el caso de la Universidad Continental de Perú la cifra alcanzó las 298 empresas. En total, la base conjunta de empresas censadas fue de 644, considerando tanto el desarrollo de las pruebas piloto como la ejecución de los censos en extenso. Los resultados que se muestran a continuación se encuentran enfocados a generar un contraste entre las dos poblaciones de estudio, con el fin de establecer tanto las diferencias a nivel de la estructura productiva de las empresas, como a nivel de muestras del tejido empresarial de las dos ciudades en las que se sitúan las firmas censadas (Bogotá y Huancayo).

Resultados

De acuerdo al análisis teórico presentado en la sección anterior sobre los factores que están involucrados en el emprendimiento universitario y el tipo de empresas que están surgiendo de las universidades a continuación se presentan los resultados comparados del censo aplicado a la Universidad Continental (UC) en el Perú y la Universidad EAN (UEAN) en Colombia.⁶

Ambos censos se aplicaron en contextos socioeconómicos diferentes. La Universidad EAN ubicada en Bogotá, Colombia incorpora en su currículo el emprendimiento de forma transversal, además el país cuenta con un ecosistema de emprendimiento apoyado desde la política pública. Por otra parte la Universidad Continental ubicada en la ciudad de Huancayo, Perú cuenta con un centro de emprendimiento de reciente creación y el ecosistema de emprendimiento del país es diferente al hallado en Colombia. En este sentido resulta interesante encontrar que a pesar de que las muestras se tomaron en dos contextos totalmente diferentes, se encuentran similitudes en los resultados a pesar que las tendencias se incrementan respecto del universo de estudio como se muestra a continuación.

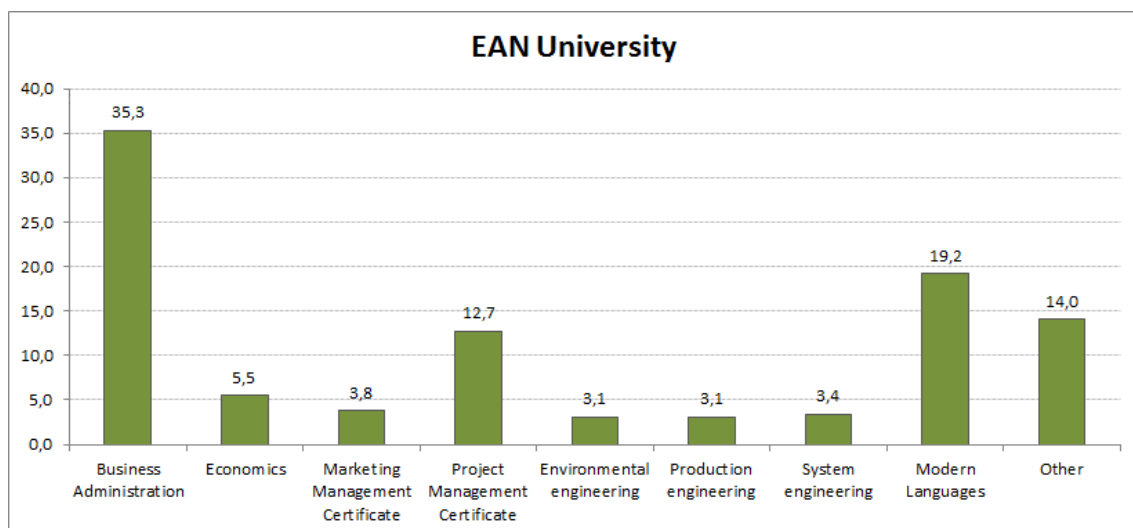
⁶ DE aquí en adelante se hará referencia a la Universidad EAN como UEAN y a la Universidad Continental como UC.

Programa educativo

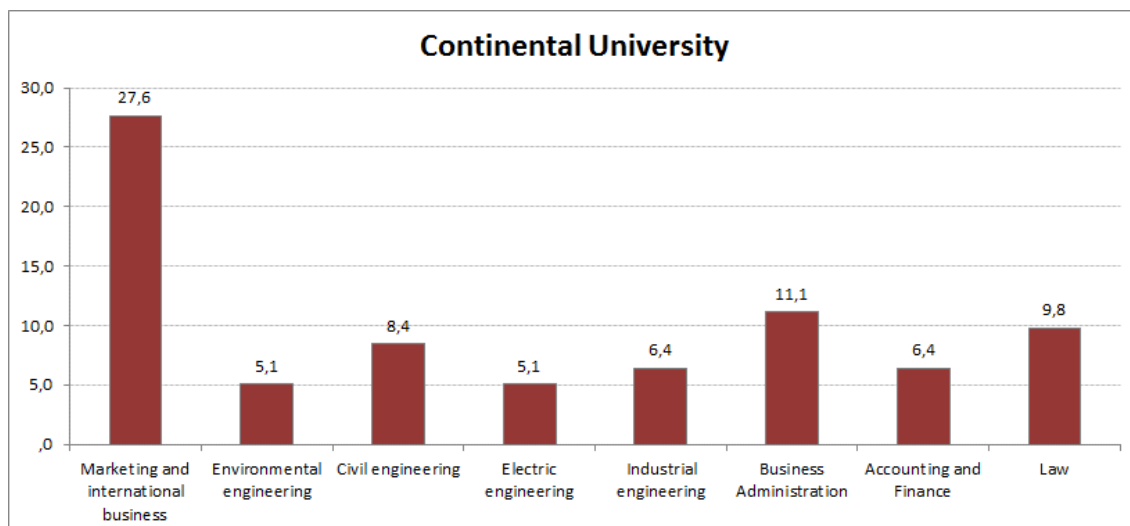
En la literatura se menciona que la conformación de equipos multidisciplinares está relacionada con la formación universitaria de los emprendedores. Al respecto Kantis et. al. (2002a) encuentra que de una muestra de 1.220 firmas encuestadas en nueve países de América Latina y el Este de Asia el 50% de las empresas más dinámicas⁷ fueron creadas por graduados universitarios. En otro estudio realizado en Argentina se encontró que el 24.4% de los emprendimientos e innovaciones provinieron de las carreras de ciencias puras como las ingenierías y 29% de las ciencias económicas. Por otro lado en el estudio de Pazos *et. al.* (2008) se encuentra que existe una relación positiva entre la presencia fortalecida de ramas científicas en las universidades y la creación de spin-offs.

En este sentido, se indagó en las universidades la carrera profesional o posgrado que al momento del censo se encontraban realizando el estudiante. Los resultados del censo empresarial en la EAN y la UC nos muestran que la mayoría de los emprendimientos provienen de las ciencias administrativas (véase figura 1). En el caso de la Universidad EAN el 76.5% de las empresas provienen de las áreas administrativas mientras que en la Universidad Continental es del 54.9% (incluyendo los que provienen de la carrera de Derecho). Por otro lado el porcentaje de participación, o de aporte, de las carreras duras como las ingenierías es del 9.6% en la UEAN y del 25% en la UC. Llama la atención que la UC tiene tres veces más porcentaje de empresas que provienen de las ingenierías que la UEAN.

Figura 1. Empresas censadas según programa educativo



⁷ Es este estudio las empresas dinámicas se definen como aquellas de más de tres pero menos de 10 años de antigüedad que aumentaron sus fuerza laboral entre 15 y 300 trabajadores. Se tomó como grupo de control aquellas que no lograron sobrepasar los diez empleados en el mismo periodo de tiempo (Kantis et. al. 2002a:7)



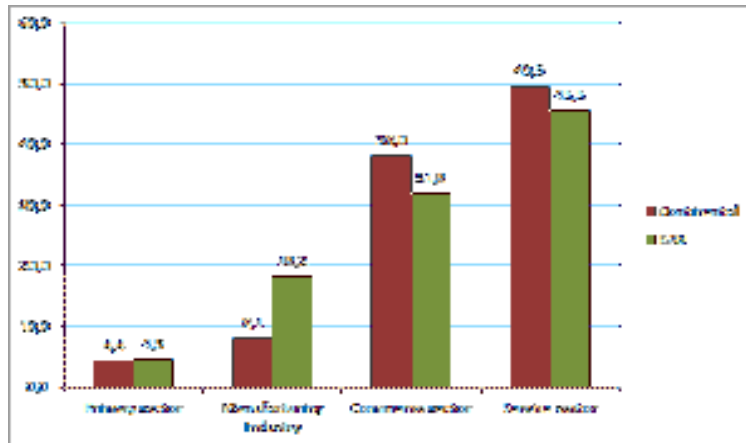
Fuente: Elaboración Propia

Sectores productivos

Al indagar sobre los sectores productivos en los cuales las empresas censadas se desenvuelven se encontró que la mayoría se desenvuelve en el sector comercio y servicios (véase figura 2). La UC tiene mayor porcentaje de participación en el sector comercio y servicios que la UEAN, pero esta diferencia no es amplia (49.5% versus 45.5%). En la UEAN se observa una mayor participación de las empresas censadas en el sector de la industria manufacturera (18.2%), mientras que en la UC es del 8.1%. El rezago en el sector primario es notable en ambos casos.

Es importante recordar que el desarrollo de la Industria en general y de la industria manufacturera en particular tiene una relación positiva con el desarrollo económico por efecto dinamizador que desencadena a largo plazo debido a la transferencia tecnológica y de conocimiento, por lo cual el hecho de crear más empresas en estos sectores es un indicador positivo para el desarrollo económico. Este beneficio no ocurre en el caso del crecimiento del sector terciario y en el uso intensivo de los recursos naturales (Katz, 2000; Katz, 2008).

Figura 2. Empresas censadas según sector productivo

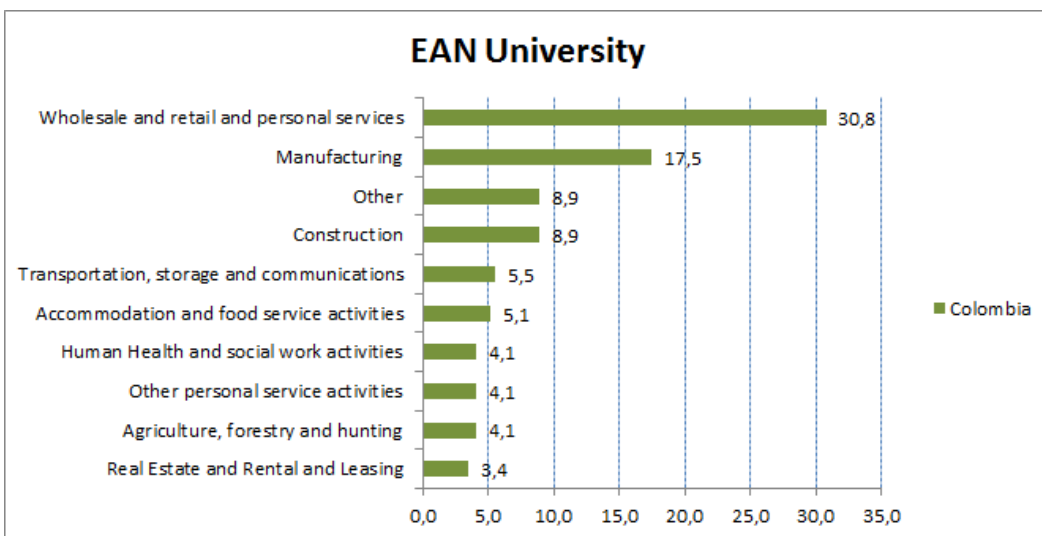


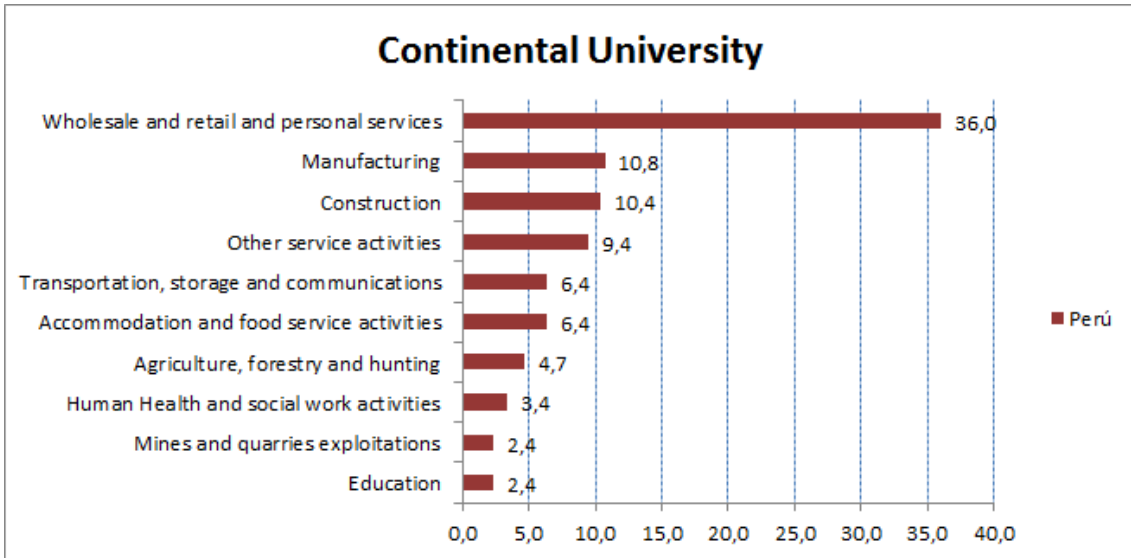
Fuente: Elaboración Propia

Actividad principal

La desagregación por actividad principal nos confirma que la mayor parte de las empresas censadas se dedican al sector comercio y servicios. La categoría comercio al por menor y servicios personales es la actividad en la que se desenvuelve el 30.8% de las empresas censadas en la UEAN y del 36% de las empresas de la UC. En orden de importancia le sigue las industrias manufactureras, que si bien en América Latina han disminuido su participación en el tiempo, se encuentra que 17.5% de las empresas censadas en la EAN se dedican a esta actividad; en el caso de la UC este porcentaje es del 10.8%. La construcción es otra actividad importante en ambos países, 10.4% de participación en la UC y del 8.9% en la UEAN, al igual que el transporte, almacenamiento y comunicaciones. En el resto de actividades se tiene una baja participación (véase figura 3).

Figura 3. Empresas censadas según actividad principal



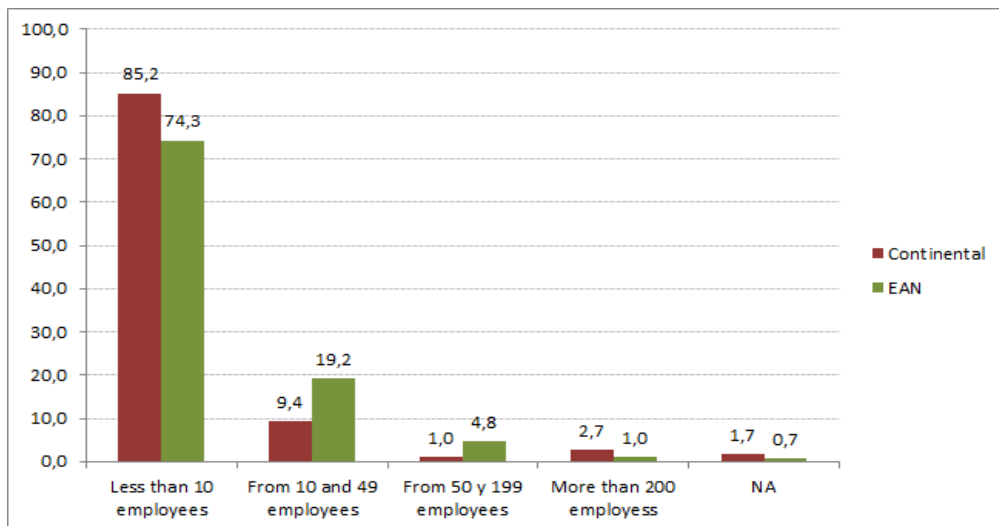


Fuente: Elaboración Propia

Tamaño de la empresa

El número de empleados es un indicador sencillo pero contundente a la hora de reflejar el tamaño de una empresa. En la figura 3 se puede observar que más de 74.3% y menos de 85.2% de las empresas censadas en Colombia y Perú respectivamente, afirman que cuentan con menos de diez empleados; el mayor porcentaje corresponde a la UC. La UEAN tiene aproximadamente el doble de empresas que tienen entre 10 y 50 empleados que la UC (19.2% versus 9.4%). El 4.8% de las empresas censadas en la UEAN alcanzan los 200 empleados mientras que en la UC es del 1%.

Figura 4. Empresas censadas según número de empleados



NA: No contestaron

Fuente: Elaboración Propia

La estructura de la distribución de las empresas censadas según el número de empleados en ambas universidades es similar en cuanto a tendencia. Un peso elevado en la categoría de menos de 10 empleados que se ajusta al tamaño de las microempresas y un porcentaje menor al 20% de pequeñas empresas. Menos del 5% son empresas medianas y menos del 3% empresas de más de 200 empleados.⁸

Si bien el porcentaje de empresas con más de 200 empleados es muy bajo con respecto al total resulta interesante desagregar esta información para conocer quiénes son y en qué sectores de desempeñan, debido al impacto que logran las empresas grandes en la economía.

Tabla 1. Distribución de empresas medianas y grandes por actividad principal

Actividad	Universidad EAN		Universidad Continental		Total
	50<x<199	x>200	50<x<199	x>200	
Comercio al por mayor y al por menor y servicios personales.	2	0	0	1	3
Construcción.	3	2	0	2	7
Industrias manufactureras.	4	0	1	0	5
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales.	1	0	0	0	1
Servicios sociales y de salud.	2	0	0	0	2
Transporte, almacenamiento y comunicaciones.	1	1	0	0	2
Educación	0	0	0	2	2
Explotación de minas y canteras	0	0	1	1	2
Hoteles y restaurantes	0	0	1	0	1
Suministro de electricidad, gas y agua	0	0	0	1	1
Análisis de aguas residuales	1	0	0	0	1
Importación de bienes de capital	0	0	0	1	1
Total	14	3	3	8	28

X: número de empleados

Fuente: Elaboración Propia

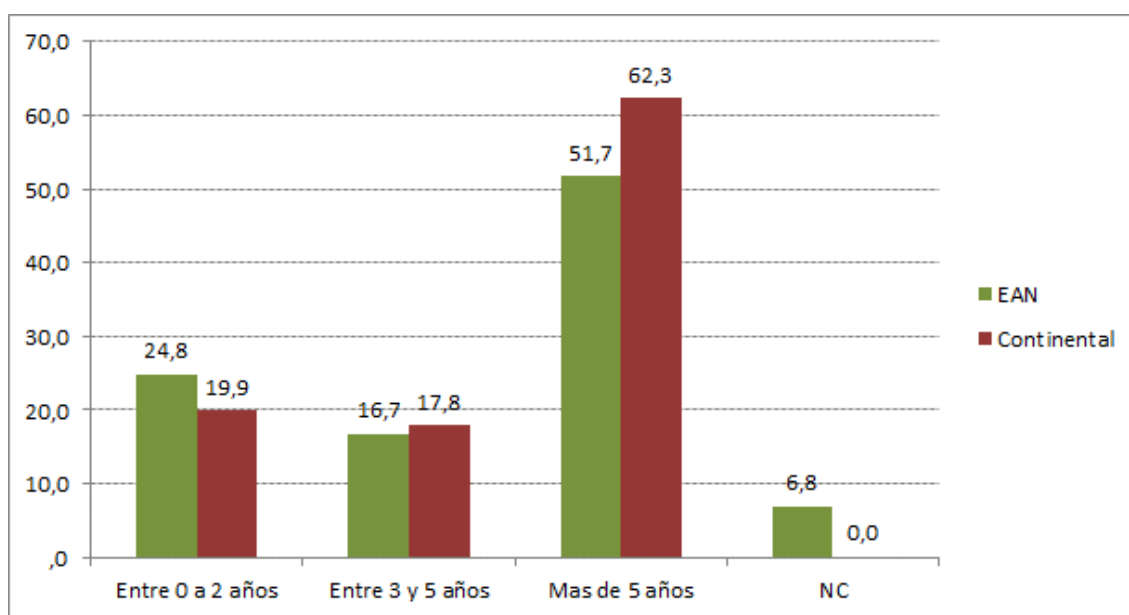
Las empresas medianas y grandes censadas en las universidades se desempeñan en diferentes actividades. La UEAN tiene censadas cuatro veces más de empresas medianas que la UC, a la inversa, la UC tiene censadas aproximadamente el triple de empresas grandes que la UEAN. En la Tabla 1 se puede observar que el sector que absorbe la mayoría de estas empresas es la construcción, en orden descendente le sigue, las industrias manufactureras y el comercio al por mayor y al por menor.

⁸ Clasificación consultada de la página del Ministerio de Industria y Comercio de Colombia. <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2761> descargado el 15 de abril de 2015.

Antigüedad

Entre las empresas censadas se encuentran aquellas de reciente creación o que en la literatura se conocen como STAR UPS, y otras que llevan más de cinco años en el mercado. La distribución de las empresas censadas en el UEAN y UC es similar presentando un mayor porcentaje de empresas con más de cinco años de antigüedad, le sigue las empresas de reciente creación y en tercer lugar se encuentran las empresas de tres a cinco años de antigüedad (véase figura 5).

Figura 5. Empresas censadas según años de antigüedad



Fuente: Elaboración Propia

El 62.3% de las empresas censadas en la UC tienen más de 5 años de antigüedad, marcando una diferencia de más de diez puntos con la UEAN que tiene 51.7%, es decir se registran más empresas establecidas en la UC. Las empresas que tienen entre cero y dos años de antigüedad son del 25% en la UEAN y del 20% en la UC, es decir la UEAN tiene más empresas que se pueden catalogar como empresas nacientes. El porcentaje de empresas que se pueden denominar en transición es muy cercano al 17.5% en ambas universidades (véase figura 5).

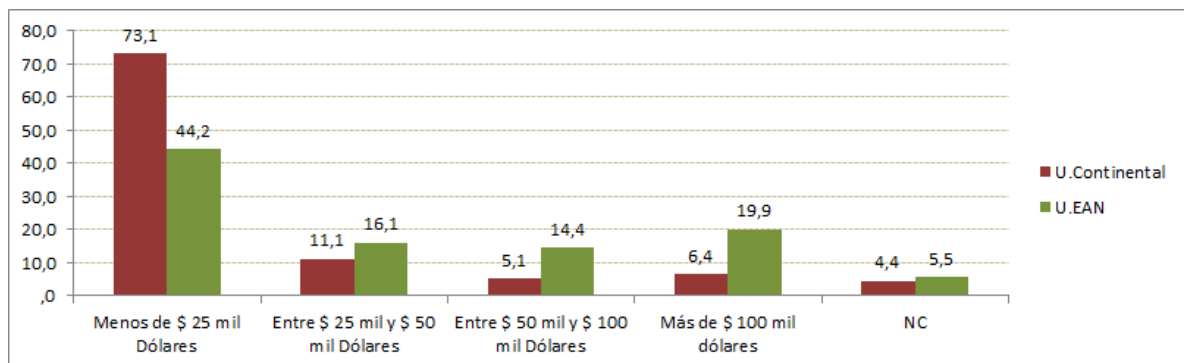
Esto nos da pie a pensar que a pesar de que las MIPYMES son las más vulnerables en el mercado actual, muchas de ellas persisten en el mercado y se mantienen vigentes al igual que las empresas medianas y grandes. Cabe destacar también el porcentaje considerable de empresas nacientes (25% en la UEAN y del 20% en la UC) que dan cuenta del emprendimiento en las universidades.

Ventas Totales anuales

En relación al tamaño de la empresa y la antigüedad otra variable determinante que caracteriza el tipo de empresa son las ventas totales en el último año. Estas tres variables son utilizadas en la literatura y en programas de gobierno para clasificar a las empresas y así orientar sus acciones.

En la figura 6 se puede observar la distribución de las empresas censadas según el monto de ventas totales anuales. Claramente se observa una distribución diferente para cada universidad. El 73.1% de las empresas censadas en la UC perciben menos de 25 mil dólares al año, este grupo es del 44.2% en la UEAN. En el siguiente nivel de ventas anuales, entre 25 mil y 50 mil dólares, la UEAN tiene el 16.1% y la UC el 11.1%. Las empresas que afirmaron tener ventas anuales entre 50 mil y 100 mil dólares en la UEAN es aproximadamente el triple (14.4%) que la UC (5.1%). Se acrecientan las diferencias entre universidades en la categoría de más de 100 mil dólares, ya que el 20% de las empresas censadas en la UEAN afirmaron tener estas ventas anuales, porcentaje que es aproximadamente el triple de la UC (6.4%).

Figura 6. Empresas censadas según ventas totales anuales



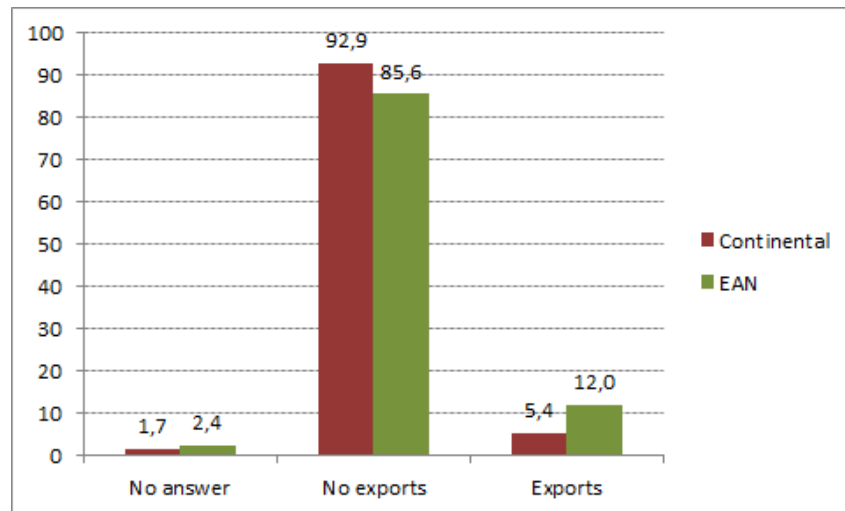
Fuente: Elaboración Propia

Exportación

La capacidad exportadora de las empresas es reflejo de niveles de producción y de organización superiores. Son diversos los factores que permiten las exportación de las empresas y las empresas que logran exportar lograr ser competitivas en el mercado global. Los resultados del censo empresarial muestran que el 5.4% de las empresas censadas en la Universidad Continental exportan, en el caso de la EAN es del 12%.

Probablemente la capacidad exportadora esté relacionada con el nivel de desarrollo del ecosistema de emprendimiento, con las políticas de gobierno entre países, en el ámbito macro, mientras que en el ámbito micro revele una mejor organización empresarial, redes empresariales, capacidad instalada, etc. Por ahora queda claro que en la UEAN tienen más porcentaje de empresas que exportan y el indagar por qué abre más líneas de investigación.

Figura 7. Empresas censadas que exportan

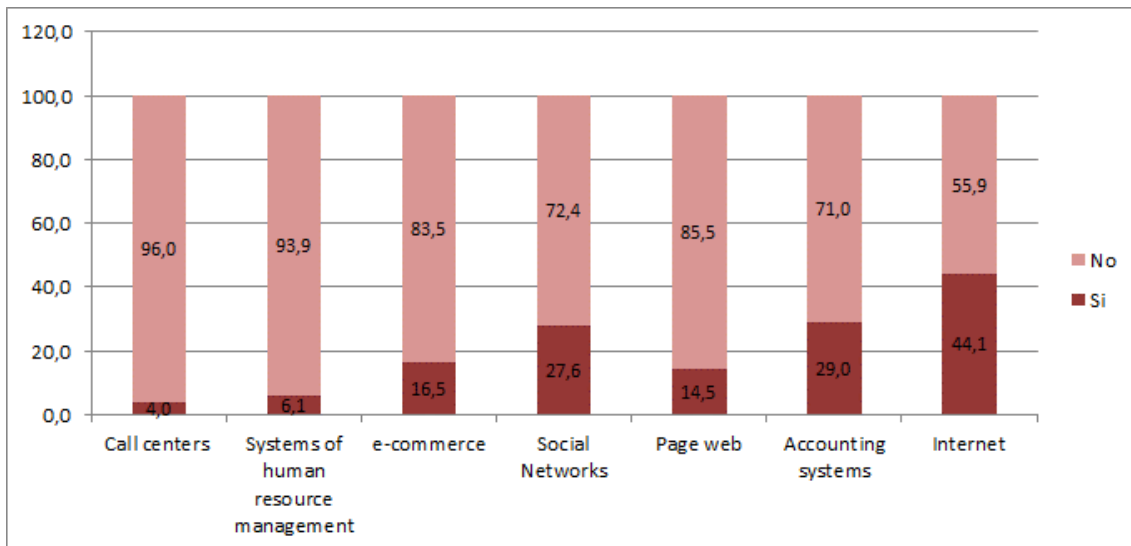
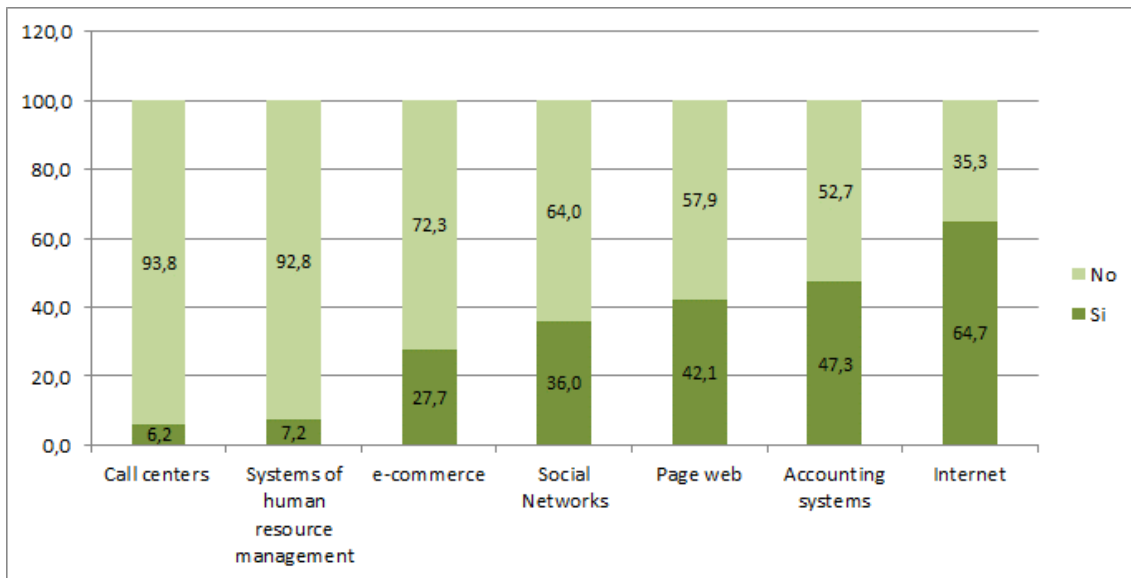


Fuente: Elaboración Propia

Uso de herramientas tecnológicas

Al indagar sobre el uso de herramientas tecnológicas como una manera de acercarnos a las características sobre uso de nuevas tecnológicas de las empresas censadas para conocer su nivel de desarrollo tecnológico, se encuentra que el internet es la herramienta más utilizada en los negocios en ambas universidades, le sigue el uso de sistemas contables, páginas web, redes sociales y otros (véase figura 5). No obstante los resultados reflejan una mayor porcentaje de empresas en la Universidad EAN que usan estas tecnológicas en comparación a las empresas de la Universidad Continental. Esta también podría ser una posible respuesta al mayor número de empresas que exportan en la UEAN; el uso de internet, redes sociales, e-commerce son medios por los cuales las empresas se dan a conocer en el exterior y les abre mercado.

Figura 8. Empresas censadas según uso de herramientas tecnológicas

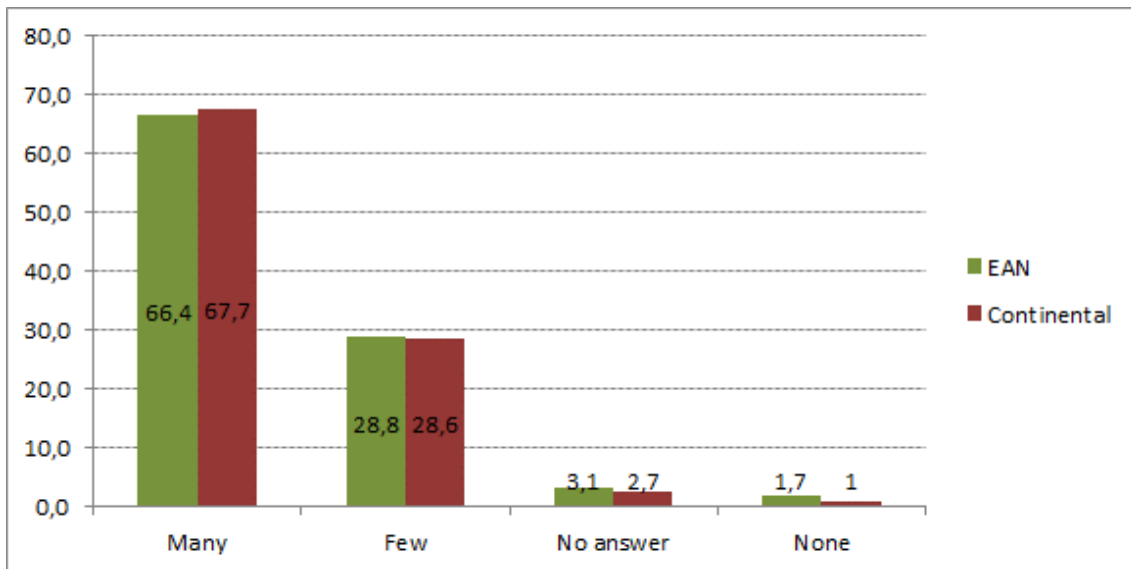


Fuente: Elaboración Propia

Masificación versus Innovación

Las características del producto que ofrecen las empresas nos dan una idea de su posicionamiento en el mercado así como de temas como la competitividad e innovación en el contexto actual. Al preguntarles a los dueños de las empresas censadas sobre cuantas empresas ofrecen el mismo producto que el suyo, respondieron: "Muchas" aproximadamente el 67% de en ambas universidades, el 28% afirma que "pocas" empresas ofrecen el mismo producto que el suyo y el 1.5% en promedio indica que "ninguna" empresa ofrece su producto. Los resultados son similares en ambas universidades (véase figura 9).

Figura 9. Empresas censadas por características del producto



Fuente: Elaboración Propia

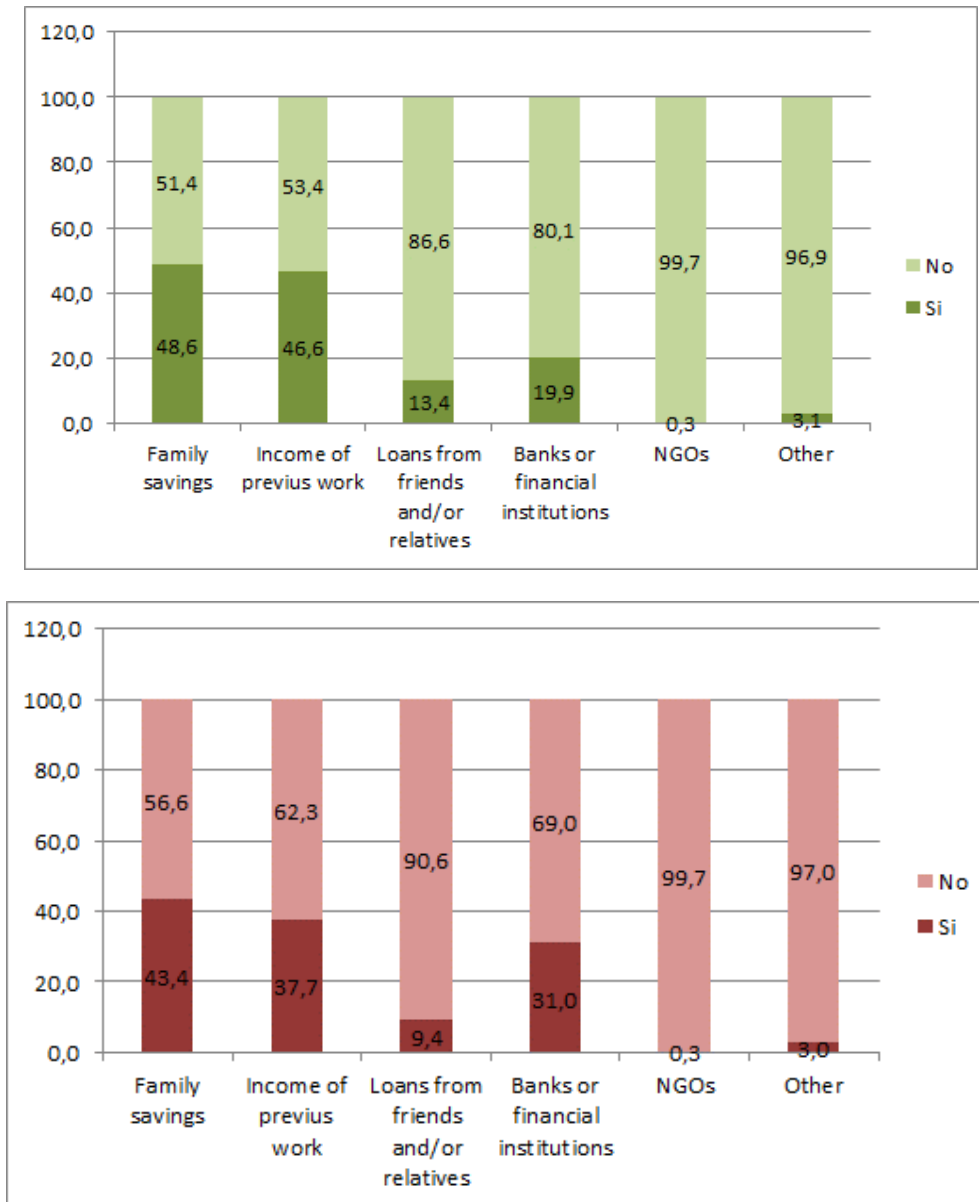
Muchas empresas ofrecen productos comunes, pocas ofrecen productos novedosos y un selecto grupo ofrecen productos innovadores que nadie más produce. Estos niveles de competitivos reflejan una estructura piramidal que es coherente con la variable el tamaño de la empresa vista anteriormente. Por lo cual es plausible que el mayor número de microempresas que se dedican al sector comercio y servicios se dedican a comercializar productos de baja complejidad y que les permiten subsistir, en un segundo nivel se encuentran las empresas pequeñas que tiene un grado más de especialización lo cual le brinda a su producto, valga la redundancia, un grado más de complejidad y aquellas pocas empresas medianas a grandes puede ser que se dediquen a las fabricación de productos más elaborados que requieren uso intensivo de conocimiento. El desarrollo económico requiere de entidades que hagan uso intensivo del conocimiento, lo cual decanta en una transferencia tecnológica que le brinda valor agregado a la economía en general (Katz, 2007; Cimoli, 2005).

Recursos al momento de crear la empresa

En cuanto a los recursos para la creación de las empresas censadas llama la atención las similitudes con pequeñas variaciones en los porcentajes entre universidades, sin embargo el orden y magnitud de las categorías es el mismo. En primer lugar las empresas censadas se financiaron en sus inicios con ahorros familiares, le sigue en orden de importancia y representatividad, los ingresos de trabajos anteriores, prestamos de amigos o familiares y en última instancia financiamiento de instituciones financieras o Bancos. Al parecer la problemática de acceso a financiamientos para la creación de empresas es la misma en ambas universidades dado que los recursos que primero obtienen son propios o de familiares. Es decir las condiciones iniciales en que

nacen estas empresas son precarias ya que los recursos propios o familiares no tienen la contundencia o la magnitud que podrían ofrecer otras instituciones de respaldo como los bancos.

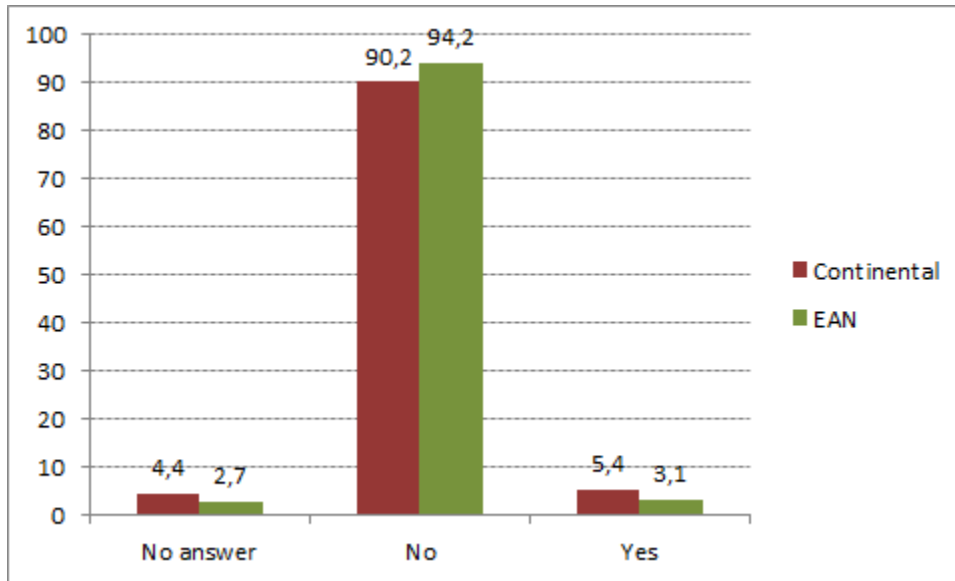
Figura 10. Empresas censadas según procedencia de recursos al momento de crear la empresa



Fuente: Elaboración Propia

Concomitantemente, al indagar si la firma se ha postulado o ha accedido a programas de financiamiento del gobierno se observa que más del 90% de las empresas censadas en ambas universidades afirma que “no”. Menos del 5% del total de empresas respondieron que “si” (véase figura 10).

Figura 10. Empresas censadas según acceso a programas de financiamiento de emprendimientos del gobierno



Fuente: Elaboración Propia

Discusión

En el presente artículo se contrasto las características productivas, económicas y tecnológicas de empresas que pertenecen a contextos socioeconómicos diferentes. Por una parte, las empresas de propiedad de estudiantes y egresados, o de sus padres, en la Universidad EAN de Colombia en Bogotá, se hallan en un contexto en el que la promoción a la generación de nuevas empresas, así como la flexibilización de la normatividad legal y tributaria para que esto ocurra han sido parte de la agenda pública en la última década. Los diferentes programas del gobierno para el apoyo y promoción al emprendimiento tales como las iniciativas de Bancoldex, INNPULSA y Fondo Emprender son prueba de ello. Así mismo, la Universidad EAN ha transversalizado el tema de emprendimiento en su currículo para todos sus programas académicos, generando un ecosistema de emprendimiento sostenible para apoyar la creación de nuevas empresas emanadas de sus estudiantes hasta el grado de contar con un fondo de capital semilla para ello. Del otro lado, se encuentra las empresas de propiedad de estudiantes, o de sus padres, en la Universidad Continental de Perú en la ciudad de Huancayo, contexto marcado por una alta tasa de informalidad económica, concentración en el sector de servicios y comercio al menudeo, y cuyo ecosistema de emprendimiento aún se encuentra en estado embrionario, con participación casi exclusiva de las universidades y de algunas cajas cooperativas en el desarrollo de programas de promoción empresarial. A su vez, la Universidad Continental pese a que también incluye unidades de emprendimiento en su plan de estudios para todas sus carreras profesionales, se encuentra en proceso de fortalecimiento de su programa de

emprendimiento, y aún no cuenta con un ecosistema interno como institución que otorgue capital semilla para sus estudiantes emprendedores.

De acuerdo con lo anterior, la investigación giro en torno a establecer las principales diferencias en el perfil de las empresas de universitarios entre las dos Universidades analizadas en Perú y Colombia. En ese sentido, y siguiendo los principales referentes teóricos en el tema de empresarialidad y emprendimiento en América Latina, se esperaba encontrar grandes diferencias entre los dos universos de estudio. En principio, por lo descrito por Kantis, *et al.* (2014) quienes afirman que a mejores condiciones sistémicas en la economía, la probabilidad de generar emprendimientos dinámicos se incrementa y viceversa, y en segundo lugar, por lo descrito en otros estudios respecto de la importancia de generar condiciones propicias para que se gesten empresas con potencial de crecimiento productivo, tales como mejorar la flexibilidad normativa y la creación de programas de fomento emprendedor (World Bank, 2010).

El contraste entre las dos poblaciones de estudio permite arribar a las siguientes reflexiones: En primer lugar a nivel de estructura productiva se observó que el mayor porcentaje de las empresas censadas tanto en la Universidad EAN como en la Universidad Continental se clasificó como micro empresas con menos de diez trabajadores y con un nivel de ventas inferior a los veinticinco mil dólares anuales. Ello indicó una fuerte presencia de empresas de base tradicional en ambas poblaciones de estudio concentradas en actividades de servicios personales y comercio al por menor, pese a las diferencias existentes en el contexto macro de dichas poblaciones. Sin embargo, se observó una mayor participación de micro empresas en el censo de la Universidad Continental frente al censo de la Universidad EAN.

De otro lado se observó que la gran mayoría de empresas censadas en los dos universos de estudio no tienen una vocación exportadora, aunque dicha característica se acentuó en el caso de las empresas de la Universidad Continental en Perú, en el que solo el 5 por ciento de las empresas censadas ha exportado alguna vez. Ello puede estar muy relacionado con el hecho que la gran mayoría de las empresas censadas en las dos universidades produce o comercializa bienes y servicios sin ningún componente diferenciador en el mercado. En las dos universidades el porcentaje de empresas cuyo producto es diferencial al resto del mercado no superó el 30 por ciento.

A su vez, se encontraron diferencias significativas respecto del uso de tecnología en las empresas. En este sentido, las empresas de propiedad de estudiantes o de sus padres en la Universidad EAN son más propensas al uso de internet, redes sociales, pagina web y otros elementos, frente a sus pares en la Universidad Continental de Perú . Ello puede estar asociado con el dinamismo que ha tomado la industria TIC en Colombia en la última década, y el porcentaje de la población que hace uso de internet y otras herramientas a nivel general en ambas ciudades, el cual es superior para Bogotá frente a Huancayo.

Finalmente, respecto del acceso a recursos de financiamiento en la etapa inicial del proceso de creación de empresas, se encontró en las dos universidades que el mayor porcentaje de empresarios inicio su negocio con recursos familiares o ahorros de trabajos previos, dejando muy baja participación al crédito financiero u otras fuentes de financiación empresarial. Ello coincide con el hecho que en los dos universos de estudio, el acceso a programas de apoyo y fomento empresarial por parte del negocio sea prácticamente nulo.

El análisis anterior lleva a formular nuevos interrogantes sobre los factores que inciden en la creación de empresas que podrían llegar a considerarse como dinámicas. El contraste realizado permite inferir que pese a existir “condiciones sistémicas” diferentes en las ciudades de Bogotá y Huancayo para el desarrollo y fortalecimiento de la empresarialidad, al tomar una muestra de su tejido productivo, el perfil empresarial no difiere significativamente a nivel estructural. A su vez, al contrastar dos universidades con diferentes niveles de maduración y ecosistemas de apoyo a la creación de nuevos emprendimientos o fortalecimiento de las empresas existentes, tampoco se encontraron diferencias significativas respecto del perfil y estructura productiva de las empresas de propiedad de sus estudiantes o de sus padres.

La presente investigación “descriptivo – reflexiva” más que pretender ser concluyente respecto de la asociación entre el perfil empresarial y las condiciones sistémicas que se presentan en un determinado contexto o lugar, o la incidencia del ecosistema emprendedor en el tipo de empresas que se generan en una economía, si pretende abrir nuevas hipótesis de estudio para futuras líneas de investigación, entre los que se puede mencionar:

1. El tipo de empresas que se genera en una economía o contexto geográfico, más que estar relacionados con las condiciones sistémicas de este, se encuentra influenciado por la estructura macro del tejido productivo y la concentración de este en determinado tipo de sectores; ejemplo (tradicionales versus difusores de conocimiento)

2. Los programas de apoyo al emprendimiento y la empresarial no manifestarían una relación directa con el tipo de emprendimientos que se generan en una economía, si estos no se encuentran direccionados a sectores difusores de conocimiento, y al apoyo en etapas maduras del ciclo de vida empresarial.
3. El tipo de empresas que se generan en una economía podría tener mayor relación con el desarrollo de competencias nucleares que poseen los individuos en áreas estratégicas para el desarrollo de una economía, tales como: matemáticas, física, química, TICS, lecto – escritura y bilingüismo, que con el desarrollo de competencias blandas que pueden ser adquiridas mediante procesos experienciales.

Bibliografía

- Canibano, L. y Sánchez, P. (2004). Medición, gestión e información de intangibles: lo más nuevo. *Contabilidad y Dirección*, (1), 99–139.
- Colombo, M. y Delmastro, M. (2002). How effective are technology incubators? Evidence from Italy. *Research Policy*, 7(31), 1103–1122.
- Cowling, M. y Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: Two different species? *Small Business Economics*, 3(16), 167–175.
- Crissien, J. (2008). Círculo virtuoso de la educación empresarial: una propuesta de modelo para el desarrollo de un tejido empresarial de calidad. *Revista EAN*, 63, 23–40.
- Kantis, H., Ishida, M. y Komori, M. (2002a). *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Washington DC: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kantis, H., Postigo, S., Federico, J. y Tamborini, F. (2002b). El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina [consultado 20 Jun 2013]. Disponible en: [http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/Paper%20RENTXVI%20\(Espa%F1ol\)](http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/Paper%20RENTXVI%20(Espa%F1ol)). Pdf
- Kantis, H, Federico, J e Ibarra, S. (2014) *Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. Una herramienta de acción para América Latina*. Ed. Prodem, BID y FOMIN.
- Katz, J. (2000). *Reformas estructurales, productividad y conducta tecnológica en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Katz, J. (2008). *Una nueva visita a la teoría del desarrollo económico*. Documentos de Trabajo. Santiago de Chile: CEPAL.

Liseras, N., de Rearte, G., María, A. y Graña, F. (2003). Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios. Investigación presentada en la VIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur, 8, Rosario, 1-3 octubre de 2003 [consultado 18 Jun 2014]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/1006/#.U6Gcl5R5P1Y>

Martínez, J. (2010). La inteligencia de negocios como herramienta para la toma de decisiones estratégicas en las empresas. Análisis de su aplicabilidad en el contexto corporativo colombiano [tesis de Maestría en Administración de Empresas]. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Parra, L. y Argote, M. (2013). La gestión en el proceso de creación empresarial: el caso de IN3 de la Universidad EAN de Colombia. In R. Zarate, D. Arguelles, L. Parra, F. Matiz, & M. Argote (Eds.), *Emprendimiento: diferentes aproximaciones*. Bogotá: Universidad EAN.

Parra, L. y Argote, M. (2013) Una mirada a las empresas de los estudiantes y egresados: el caso de La Universidad EAN. *Estudios Gerenciales* 31. P. 122 – 134. Ed. Universidad ICESI, Cali Colombia.

Pazos, D. R., López, S. F., González, L. A. O. y Sandiás, A. R. (2008). La creación de empresas en el ámbito universitario: una aplicación de la teoría de los recursos. *Cuadernos de Gestión*, 8(2), 11–28.

Pereira, F., Osorio, F., Medina, L., Vesga, R., Quiroga, R., Gomez, L., et al. (2012). Colombia.