

Esta ponencia fue presentada por la Escuela de Administración de Negocios al Primer Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, organizado por el ICESI de Cali, los días 11, 12, y 13 de Marzo del presente año.

En su elaboración participaron: Raúl Palomar Avilés, Administrador, Economista U. Nacional; Luis Ernesto Romero Ortiz, Administrador U. Externado; Alvaro Rubio Salas, Dr. Derecho y Ciencias Políticas U. Nacional; Guillermo Solarte Lindo, Sociólogo U. Complutense, Madrid, España.

Medios y Estrategias en la formación de empresarios: La experiencia de la EAN

INTRODUCCION

Las ciencias sociales son periódicamente sacudidas por el boom de acontecimientos que aunque han sido contemplados y analizados tradicionalmente dentro de su contexto, se presentan como temas nuevos al utilizarse diferentes terminologías y enfoques en su tratamiento.

La presentación así hecha puede inducir a crear una momentánea confusión y de ahí la necesaria precisión que debe hacerse previamente con los conceptos básicos para clarificar la esencia del hecho materia del análisis y las estrategias que su manejo implica.

La iniciativa empresarial o espíritu emprendedor no escapa a estas premisas y, por eso, antes de proceder a su estudio es pertinente extendernos en unos cuantos aspectos conceptuales.

La presente ponencia muestra la experiencia de la EAN a partir de los resultados alcanzados a lo largo de su historia institucional, así como los medios y estrategias de implementación utilizados en el proceso de formación de empresarios. Se parte de la importancia de la empresa como una unidad económica de producción resaltando el impacto que produce en el desarrollo social y destacando el papel que la libertad juega en la motivación y en la iniciativa humana. Se destaca la empresa como una acción humana árdua y se analizan las diferentes connotaciones

del término: economía, social, administrativa y humana.

Igualmente, para lograr claridad conceptual, se precisan las distintas fases del proceso empresarial y sus diferentes manifestaciones, señalando el área de acción en la cual la EAN desarrolla su papel formativo.

A continuación se muestra la filosofía institucional de la EAN, y se presenta una concepción global del ciclo dirigido a fortalecer actitudes y aptitudes de carácter empresarial, con algunas referencias al Plan de Estudios, su evolución y estructuración en busca del cumplimiento del objetivo de formación.

Se concluye con la aproximación a la tipología del empresario Eanista, sus características de índole sociodemográfica, económica, origen y antecedentes.

1. LA EMPRESA

1.1 Su importancia económica y social

El proceso productivo exige, previa o paralelamente a su iniciación y desarrollo, un proceso organizacional que le garantice permanencia y estabilidad.

La actividad productiva de una nación se organiza así sobre la base de esfuerzos conjuntos que

realizan individuos en particular o asociados en unidades de producción cuando la índole de la actividad así lo demanda.

En la medida que la actividad industrial fue desplazando en volumen y complejidad al comercio y la vida se concentró en los centros urbanos, las unidades de producción perdieron carácter de núcleos personales o familiares y evolucionaron hacia establecimientos homogéneos, creados y organizados específicamente hacia unos fines eminentemente utilitaristas que juntan y combinan bajo un comando unificado los distintos factores que requiere el proceso productivo. Estas entidades son las empresas cuyo papel es vital para que la producción adquiera una forma organizada y, por ende, productiva, rentable y económica.

Su actividad origina una demanda de recursos humanos y, en consecuencia, es factor esencial en la generación de trabajo, lo que ha llevado a considerar el fomento empresarial como una de las soluciones al problema del desempleo.

1.2 La filosofía liberal y el espíritu empresarial

El pensamiento liberal ha insistido especialmente en dos metas: El desagrado ante la autoridad arbitraria y la libre expresión de la personalidad individual. El liberalismo predica controles sociales y políticas impersonales a través del Estado de Derecho y el libre juego del mercado.

El culto por la libertad activa, es decir, el ideal de que el individuo tenga la oportunidad y la capacidad de expresarse libremente, ha conducido a la institucionalización de formas políticas y económicas que encuentran en ello carta de naturaleza, como sucede con el concepto de libre empresa donde el espíritu creador del hombre tiene su mejor caldo de cultivo.

Una excesiva intervención del Estado conduce al desaliento en la iniciativa individual, desestimula la actividad productiva y obliga a la gente a migrar hacia los sectores informales de la economía con los consiguientes problemas que ello significa.

El crecimiento y afianzamiento del capitalismo como sistema económico, y del Estado liberal como sistema político, permitió la implantación de una alta tecnología industrial dirigida a la producción a escala.

Pero parodiando a Chandler, la mano visible en el crecimiento de la economía capitalista la ha

constituido el empresario al asumir el riesgo como compensación a las expectativas de beneficios producto del azar inicial y luego de la innovación.

1.3 La Empresa como acción árdua

El término empresa dentro de su primera acepción se define como "acción árdua y dificultosa que valerosamente se comienza", trátase de campañas militares, expediciones científicas o esfuerzos para una obra social, política o económica.

La acción humana crea un acontecimiento o un fenómeno social sometida a las fuerzas del azar y de la incertidumbre. La ciencia y la técnica suministran instrumentos que aunque aumentan la certeza no eliminan el riesgo que sigue gravitando fuertemente en torno a esa acción humana.

La organización militar, el Estado y los negocios encararon su propia esfera de actividad con sus propias teorías y habilidades, siendo que en el fondo el denominador común de acciones árdidas que revisten sus preocupaciones les habría podido proporcionar un enfoque empresarial común.

El amplio significado de empresa retrocedió y adoptó finalmente una connotación económica y se utilizó en forma limitada como nombre de la entidad o unidad dentro de cuyo ámbito se llevan a cabo procesos de producción o de prestación de servicios mediante la combinación organizada de recursos, de acuerdo con planes y bajo el comando de una mente directiva.

El proceso productivo exige, previa o paralelamente a su iniciación y desarrollo, un proceso organizacional que le garantice permanencia y estabilidad.

La primera acepción de empresa pasó a ser reemplazada en el lenguaje ordinario por la que señala el diccionario como "entidad integrada por el capital y el trabajo como factores de la producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad"

Sin embargo, el espíritu emprendedor que es el que más corresponde por definición a quienes inician y llevan a su culminación acciones dificultosas o azarosas con resolución y empeño,

es la verdadera esencia de ese empuje creador que anima a los forjadores de empresas productoras de bienes, es decir a los empresarios.

1.4 Concepciones acerca de la empresa

La empresa es vista por los estudiosos que la hacen objeto de su análisis como un ente con especiales características a la luz de la disciplina que cada cual maneja.

Para los economistas y para el común de las gentes es la unidad de producción por excelencia y a partir de Schumpeter viene a ser prácticamente sinónimo de innovación en cuanto introduce al sistema económico bienes, métodos de producción, mercados, fuentes de materias primas, sistemas organizativos nuevos. Es el empresario creador e innovador, basado en la mejor concepción schumpeteriana, el que de manera sorprendente ha impulsado la economía norteamericana en las últimas décadas.

Los científicos sociales miran el fenómeno empresarial como una forma de grupo social cuyo comportamiento y el de sus miembros debe analizarse y estudiarse a la luz de los principios de las ciencias del comportamiento. Grandes han sido los aportes de estas ciencias a la identificación y precisión de la empresa como grupo humano.

Pero ha sido la administración la ciencia que ha suministrado la estructura y la dinámica a la empresa, introduciendo al proceso productivo el concepto de eficiencia, dándole además los elementos que hacen de ella la organización por excelencia.

El panorama de acción interdisciplinaria se amplía para la empresa cuando irrumpe el concepto de la planeación estratégica que impele al empresario a mirar fuera de su mundo donde otras fuerzas ejercen presión y la situación exige colocar a la organización en posición ventajosa si se quiere sobrevivir. Las batallas que se libran contra el excesivo intervencionismo y las que se libran por nuevos mercados, por no citar sino dos de las más trascendentales para el empresario, exigen en éste un conocimiento del arte estratégico del más puro sabor militar

Pero sea cual fuere el enfoque, científico o tecnológico conque se mire a la empresa, no se debe olvidar ni dejar de tener en cuenta que está constituida por seres pensantes en los cuales, despierto o latente, bulle el espíritu inquisitivo y creador



que ha caracterizado a la humanidad en la lucha por la conquista de la naturaleza y el aprovechamiento de los recursos que ésta le brinda.

2. EL PROCESO EMPRESARIAL

Sin desconocer la existencia de factores externos que crean condiciones favorables en el desarrollo de nuevas empresas, es preciso señalar que la personalidad y carácter de un individuo, producto del medio familiar, educacional y social, determinan la iniciativa que lo impulsa hacia la aventura empresarial.

No es de ahora que se ha escudriñado el alma del empresario para encontrar los ingredientes que lo hacen particular. Estudios y análisis han llegado a concluir que una mente ágil y despierta puede detectar oportunidades especialmente en lo que se refiere a la obtención de respuestas a las necesidades no satisfechas, siempre y cuando piense ordenadamente.

Las ideas creativas e innovadoras son el origen de nuevas empresas en países con un alto grado de tecnología e imeditos mercados.

El quehacer de la mente —pensar— conduce a ejercitar la imaginación y la creatividad lo que a su vez permite encontrar soluciones y adoptar decisiones.

En medios económicamente deprimidos, la mente se agudiza también y aún cuando no se posea tecnología y mercados propios, la gente da solución a sus problemas básicos de subsistencia con respuestas informales las más de las veces.

Pero la personalidad de los empresarios asume características particulares a partir de su propensión a la independencia y a la asunción de riesgos. Es gente que tiene capacidad para concentrarse en un hecho y especialmente posee coraje para enfrentar los fracasos. Es audaz, creativa y posee amplitud de pensamiento.

Su trayectoria como empresarios sigue un ciclo vinculado a su capacidad para asimilar experiencias y adquirir conocimientos y habilidades. Se considera este proceso como compuesto de cinco grandes etapas:

- La gestión y conformación de la idea
- La decisión de tomar el riesgo y emprender la acción
- El despegue como unidad de producción formal
- El crecimiento autosostenido
- La consolidación y pleno desarrollo

3. LAS MANIFESTACIONES EMPRESARIALES Y EL AREA DE ACCION DE LA EAN

Es claro que los distintos tipos de empresa, considerada como unidad de producción, tienen un origen o motivación económica diferente. La empresa personal y la empresa de familia agrupadas genéricamente bajo la denominación de microempresas, obedecen a necesidades evidentemente de subsistencia o a una vocación por la independencia.

En la pequeña y mediana empresa existe una mayor cultura económica y administrativa y en ellas se maneja adecuadamente el concepto de la relación costo-beneficio.

La gran empresa, cuando no es el producto automático de la reinversión de beneficios no consumidos en pequeños y medianos establecimientos, nace del deseo de incrementar el capital u obtener una renta superior a las tasas ordinarias de interés. Pero en todos los casos, son las manifestaciones creativas del hombre y sus actitudes para encarar problemas las que en el fondo determinan la génesis y desarrollo de las empresas.

Es importante formular esta distinción porque

aquí radica la escogencia de los métodos que deben aplicarse al desarrollo de lo que se ha llamado espíritu, iniciativa, ánimo empresarial.

El empeño que se manifiesta ahora por formar empresarios, debe orientarse con cuidado porque quizás nos estamos alejando de su esencia, donde se encuentra el elemento que debe moldearse, por el deslumbramiento que nos produce la nueva tecnología administrativa apoyada en adelantos cibernéticos y en la consiguiente sofisticación del pensamiento cuando no en su estéril mecanización.

Las distintas teorías que pretenden explicar el origen del empresario como ejemplo humano atípico, coinciden en destacar rasgos y características intrínsecas que están relacionadas con la personalidad antes que con los conocimientos específicos adquiridos.

La percepción de necesidades no satisfechas y de oportunidades para efectuar negocios unida a la audacia y a la ausencia de temor al riesgo y aún a la derrota, son cualidades propias de ciertos seres, pero que pueden desarrollarse en otros, cuyo potencial debe estimularse y fomentarse.

Debe entenderse entonces, claramente como punto de partida, que la iniciativa empresarial —como lo indica el término— es un producto del ejercicio mental, que tiene su habitat en el mundo de las ideas y de la imagianción.

El empresario innovador del que hablaba Schumpeter como generador del desarrollo económico, es resultado de la concreción de ideas creativas en sistemas de producción y distribución de bienes y servicios útiles al consumidor y rentables para aquel.

Poseer la más variada gama de conocimientos, de principios y técnicas, no produce por sí solos el deseo de emprender una acción ardua hacia un fin deseado; inclusive, los marcos científicos y la rigidez tecnológica con su cargo de racionalidad, limitan y aún castran las ideas audaces, la inventiva y el coraje que se necesitan para lanzarse a lo que algunos califican de aventura: la creación de nuevas empresas.

Si bien es cierto que en esta época de avances en la comunicación y en el desarrollo de la información, la incertidumbre tiende a disminuirse y las decisiones pueden tomarse asumiendo riesgos mínimos, no es menos cierto que el espíritu creador del hombre y su inclinación por lo desconocido no pueden enmarcarse so pena de anular la iniciativa per-

sonal origen de los descubrimientos y de los inventos de los que se enorgullece la humanidad. Por eso, debe adelantarse y relievase el ejercicio mental si se quiere lograr el desarrollo de la iniciativa empresarial.

Antes de cualquier otra cosa, debemos aprender a aprender, debemos aprender a pensar, debemos aprender a percibir la realidad y a entenderla, debemos aprender a conceptualizar esa realidad y a relacionarla con otros conceptos que almacenamos en la memoria y lo que es más vital, saber utilizar esta tecnología para enfrentar los problemas de la vida.

En consecuencia, el hombre en general tiene que conocer previamente a principios y prácticas en particular, sus mecanismos y esquemas mentales que son los generadores de ideas y la dinámica que ellos originan: la creatividad, además de aquellas otras fuerzas inmanentes al espíritu como son los sentimientos, las emociones, las pasiones, que no pueden apartarse fríamente en la evaluación de su comportamiento.

La Universidad debe, si realmente quiere un desarrollo de la iniciativa empresarial, crear en el estudiante una base de conocimientos que le permitan utilizar su mente para resolver problemas, y, por ende, para encontrar soluciones creativas. En otras palabras, hay que crear en el universitario una verdadera tecnología mental y un método para el trabajo

Por tanto, una adecuada dosificación de conocimientos humanísticos que le proporciona conciencia del entorno económico-social junto con un manejo práctico de las ciencias del comportamiento, son indispensables para el logro de esta fascinante meta.

La EAN considera que su campo de actividad en el desarrollo empresarial, dadas las características de su población discente y hechos los anteriores análisis, debe enfocarse hacia el área de la pequeña y mediana empresa que es donde se encuentra la semilla y el potencial cultural, social e intelectual capaz de culminar con éxito el proceso empresarial.

Esta apreciación no significa que se niegue a estudiantes y agredados otros campos de acción profesional, pero la misma filosofía de la Institución, como se verá luego, está encaminada hacia la formación de líderes empresariales.

4. EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA EAN Y SU RELACION CON EL ESPIRITU EMPRESARIAL EN LA FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

4.1 Algunas consideraciones sobre el origen del Espíritu Empresarial y del Empresario

Es totalmente inútil indagar acerca del **Espíritu Empresarial** si no se considera simultáneamente al empresario, es decir al agente activo que siente, hace realidad y traduce en hechos ese vigor, valor, virtud o aliento hacia la culminación de una empresa que es como podría definirse el espíritu empresarial.

Igual sucede con el concepto de **empresa** que tampoco debiera aislarse del concepto de **empresario** como que la primera es la materialización del **espíritu empresarial** y el campo de acción del empresario. Es cierto que se dan diferentes definiciones de estos conceptos incluyendo las de orden semántico cuyo valor es discutible cuando se trata de pensar en soluciones para el subdesarrollo, el desempleo, la inflación y otros problemas de nuestra sociedad latinoamericana.

Son diversas las explicaciones que se dan acerca del origen del espíritu empresarial así como de las condiciones necesarias para la existencia del empresario y del surgimiento de las empresas. A pesar de los numerosas, es posible reunir las explicaciones en tres grupos claramente diferenciados a saber:

- Condiciones explicativas de orden económico
- Condiciones explicativas de orden sociológico
- Condiciones explicativas de orden psicológico

Las dos primeras pueden denominarse de "Orden Objetivo" y la tercera de "Orden Subjetivo" atendiendo a su origen.

CONDICIONES EXPLICATIVAS DE ORDEN ECONOMICO:

En este grupo el empresario se considera esencialmente como un agente económico, un "motor de desarrollo económico" cuyo surgimiento depende de la existencia de condiciones económicas especiales que sobredeterminan su acción y en donde es primordial la disponibilidad de recursos financieros en abundancia y de fácil acceso y con condiciones de interés favorables, así como la necesidad de que el Estado genere incentivos y apoyos que estimulen tanto el ahorro como la

inversión privada. Pueden considerarse igualmente como aspectos explicativos del origen del Espíritu Empresarial en este grupo las oportunidades de mercado que surgen por cambios en patrones de consumo, la aparición de "nuevas" demandas no satisfechas e inclusive las oportunidades que brindan los grandes cambios tecnológicos que permiten la apertura de empresas oferentes de productos y servicios originados en los nuevos desarrollos.

CONDICIONES EXPLICATIVAS DE ORDEN SOCIOLOGICO:

En este grupo, el empresario se considera un agente social y como tal su espíritu empresarial está sobredeterminado por condiciones de orden sociológico la primera de las cuales surge en el seno mismo de la familia como primer ámbito del hombre en sus diversas etapas vitales, que define en gran medida el comportamiento social del individuo al señalarle las primeras pautas para su acción social y sus relaciones sociales. Ejemplos de esta relación Empresario-Célula Familiar son las explicaciones que indican la aparición de empresarios motivados por un ambiente familiar de negocios y empresas, los empresarios herederos de una empresa o grupos de empresas familiares conservadores de una tradición familiar o aquellos cuya familia pertenece a determinado grupo social o élite, circunstancia facilitadora de la aparición de empresarios.

Para la EAN un empresario es no solamente el individuo independiente propietario de una empresa sino también el administrador de una organización.

En este mismo grupo de explicaciones sociológicas se encuentran las que destacan el surgimiento del espíritu empresarial en determinados grupos sociales diferenciados de otros por aspectos de región, cultura e inclusive valores como es el caso más corriente que a manera de ejemplo se presenta con Monterrey en México y con los antioqueños en Colombia cuyas motivaciones se originan para algunos investigadores en una especie de aislamiento social por parte de otros grupos regionales que generó un deseo en dicho grupo de alcanzar reconocimiento mediante la creación y consolidación de industrias en la búsqueda de un Status Social.

Pueden complementarse estas explicaciones acerca del origen del espíritu empresarial desde el punto de vista sociológico con aquellas que consideran factores de raza y religión como condicionantes de dicho espíritu como sería el caso de los judíos a quienes se les atribuye un alto sentido financiero e industrial.

CONDICIONES EXPLICATIVAS DE ORDEN PSICOLOGICO:

Encuéntrense en este grupo aquellas que relieván al empresario como "individuo" cuyas actitudes y comportamiento están predeterminados por características intrínsecas de su propia personalidad antes que por factores externos. Una de las más conocidas entre las explicaciones sobre el por qué del comportamiento característico de un empresario es la que señaló David McClelland al identificar tres motivos en la dinámica del comportamiento humano a saber: La necesidad de realización, la necesidad de afiliación y la necesidad de poder; en el caso del empresario, su conducta está explicada por un fuerte predominio de la necesidad de realización, esto es, de un fuerte deseo de alcanzar el éxito mediante la competencia y la asunción moderada de riesgos.

En general las explicaciones de origen psicológico consideran que el espíritu empresarial está presente y se puede incentivar en individuos con ciertas características particulares como su capacidad de innovación, creatividad, capacidad para asumir riesgos, con aptitudes de liderazgo, flexible a los cambios y acertado tomador de decisiones. Como puede verse, todos se centran en destacar las características de personalidad de un individuo como determinantes para un comportamiento empresarial.

4.2 La visión de la ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS acerca del origen del Espíritu Empresarial y del Empresario

Como se indicó en el numeral anterior, existen diversas explicaciones sobre las condiciones y requerimientos para la aparición del espíritu empresarial que se agrupan en Económicas, Sociológicas, Psicológicas. La visión particular de la EAN es que ninguna de ellas es por sí sola suficiente para generar, desarrollar y mantener vivo el espíritu empresarial y por el contrario consideramos que todas son válidas y que deben considerarse interrelacionadas mediante una visión integral a la hora de evaluar estrategias incentivadoras del espíritu empresarial. Esta consideración in-

tegral que tiene la EAN se complementa con la creencia en el hecho de que es posible promover el espíritu empresarial, facilitar la aparición de empresarios y por lo tanto coadyuvar a la creación y desarrollo de empresas. Es posible que esta última consideración sea en apariencia obvia y sin embargo aún se discute en diversos medios especialmente académicos sobre sí es posible realmente desde las universidades formar empresarios.

El problema no debiera plantearse en términos de la posibilidad o imposibilidad de formar hombres forjadores de empresas sino en términos de cómo hacer para educar hombres de empresa y cómo incentivar la iniciativa y el espíritu empresarial? Es en la búsqueda de soluciones a este último aspecto que la EAN ha venido trabajando tanto en acciones concretas como en investigaciones dentro de la formación profesional de administradores con un alto espíritu empresarial, experiencias que a continuación se describen brevemente aclarando que no son dogmáticas pero que sí tienen una explicación de carácter empírico como lo mostrarán las estadísticas que se presentan al final de la presente ponencia.

Un aspecto adicional pero no menos importante radica en el hecho de que para la EAN un empresario es no solamente el individuo independiente propietario de una empresa sino también el administrador de una organización que mediante una alta cualificación toma decisiones que permiten la generación de riqueza, el desarrollo tecnológico, la generación de empleo, etc. Sin embargo el énfasis de la EAN en el perfil de su estudiantado y egresados considera más importante lograr la formación de empresarios independientes.

4.3 Estrategias y políticas del Plan de Estudios EAN para incentivar el Espíritu Empresarial

Como ya indicaba, el problema central al cual se enfrenta una institución universitaria que ha considerado dentro de sus objetivos el de apoyar el desarrollo del espíritu empresarial en sus educandos, es responder a ¿cómo hacerlo?, ¿qué vías de acción son las más convenientes?

La Escuela de Administración de Negocios al plantearse el problema en mención y explorar sus soluciones, ha reconocido que el punto de partida es el establecimiento de una "Filosofía Institucional" que sirva de guía y referente a los procesos que su programa de formación profesional requiere; dicha filosofía se encuentra contenida en una breve pero valiosa definición de su misión:

"HACER DEL ADMINISTRADOR UN EMPRESARIO", definición que le ha permitido crear un ambiente organizacional cuya dinámica gira en torno a la misión propuesta.

De dicha filosofía institucional ha derivado necesariamente la determinación de un "Perfil Profesional" que se resume en la decisión de formar un Administrador de Empresas de nivel profesional con un alto sentido humanístico, con adecuadas capacidades de líder, con condiciones de ejecutivo y primordialmente con una fuerte vocación empresarial. Este perfil está claramente definido en diversos artículos y publicaciones de los Miembros del Consejo Superior de la EAN e inclusive está resumido en un reciente estudio titulado "NUEVO PLAN DE ESTUDIOS Y ESTRATEGIAS METODOLOGICAS" del doctor Carlos Ramírez Cardona, el cual se preparó con motivo del XX Aniversario de la EAN, que señala los componentes socio-culturales, el perfil ocupacional y el perfil de personalidad del administrador egresado de la EAN.

La definición de la filosofía institucional y el perfil profesional esperado, conducen a la estructuración del correspondiente PLAN DE ESTUDIOS cuyo diseño curricular permite convertir en hechos los objetivos derivados de la misión que la organización se ha fijado. De la estructura



ción del Plan de Estudios y de las estrategias y políticas utilizadas para su ejecución depende el éxito o no en el logro de la misión de una institución; la EAN así lo entiende y es así como ha concebido en la operacionalización de su programa en Administración de Empresas, un conjunto de estrategias y políticas organizadas en tres componentes a saber: Estrategias de **Selección**, Estrategias de **Capacitación** y Estrategias de **Entrenamiento** especialmente dirigidas al cuerpo docente y al cuerpo estudiantil; debe aclararse que todas apuntan hacia el cumplimiento de los objetivos de la Institución en relación con la formación de administradores empresarios y que aún no se encuentran totalmente desarrollados especialmente las de selección estudiantil y docente aunque ya existen acciones que apuntan en tal sentido.

Antes de presentar una breve descripción general de la estructura del Plan de Estudios, es conveniente destacar tres aspectos que son facilitadores de la implementación del programa en Administración de Empresas de la EAN y que coadyuvan al estímulo de la Iniciativa Empresarial en los estudiantes; estos aspectos son el **ambiente organizacional**, la **estructura organizacional** y el **monoprograma**. Respecto al ambiente organizacional como apoyo al estímulo de la Iniciativa Empresarial, las actitudes, comportamientos y acciones de funcionarios de orden directivo, administrativo y docente dentro de la EAN apuntan a destacar frente a los estudiantes la necesidad de actuar con sentido empresario y es así como inclusive en las relaciones informales siempre está mediando la observación "CUANDO USTED SEA EMPRESARIO" o "USTED QUE ES EMPRESARIO"; este hecho aún no estudiado suficientemente a decir verdad, hace que se "respire" siempre un ambiente mediatizado por la actuación empresarial; el valor de este aspecto merece ser evaluado pues aunque en apariencia simple es posible que sea factor que induce hacia el Espíritu Empresarial. Preguntas a los estudiantes como ¿qué empresa tiene? ¿qué proyecto está concibiendo? ¿cuándo se va a aventurar a iniciar un negocio? o la utilización de casos y ejemplos de Espíritu Empresarial en el proceso de enseñanza-aprendizaje durante diez semestres, quiérase o no generan una actitud del estudiantado hacia lo empresarial.

Con respecto a la Estructura Organizacional, la existencia de unidades administrativas como el Centro de Información, la Coordinación de Prácticas Empresariales, el reciente Centro de Historia Oral, la Coordinación de Investigaciones, de De-

porte e Inglés Técnico, cuyas actividades además de las corrientes en cualquier Centro de Formación Superior apuntan siempre a responder a la pregunta: ¿Cómo están contribuyendo las tareas y acciones de mi unidad a incentivar la Iniciativa Empresarial de los estudiantes de la Institución? En este caso nuevamente lo de apariencia simple se convierte en elemento vital para apoyar la misión de la EAN.

Al ambiente y a la estructura organizacional se debe sumar un tercer aspecto facilitador de la labor de la Institución en la búsqueda de cumplir su filosofía y es el hecho de tener una sola Facultad y un solo programa, el de Administración de Empresas que hace que todos los recursos, todas las acciones y toda la actividad se concentre en apoyar y fortalecer dicha Facultad que pese a ser la más grande del país en términos numéricos pues cuenta en la actualidad con 1.600 estudiantes de pregrado, 40 del Curso Taller de Creación de Empresas y 60 del postgrado, ha alcanzado un alto grado de especialización en Administración con el ya señalado énfasis en el Espíritu Empresarial.

En relación con el Plan de Estudios del programa único en Administración de Empresas, la EAN ha determinado tres grandes componentes de la estructura curricular:

- Un componente de Formación en Tecnología Administrativa
- Un componente Vocacional-Motivacional
- Un componente Empresarial

A continuación, brevemente se indican sin ampliarlas, las asignaturas que integran los diferentes componentes explicando los objetivos hacia los que apuntan en forma general cada uno de ellos. La concepción básica de los componentes indicados está derivada del reconocimiento que tiene la EAN sobre la existencia de factores económicos, sociológicos y psicológicos en la formación del Espíritu Empresarial ya indicados en numeral aparte

4.3.1 Componente de Formación en Tecnología Administrativa

Considera la EAN que en la formación del Administrador Empresario y atendiendo a las condiciones explicativas de orden económico acerca del Espíritu Empresarial, debe contemplarse una sólida formación en Tecnología Administrativa que permita al futuro profesional alcanzar **RESUL-**

TADOS ECONOMICOS importantes mediante un adecuado manejo de los criterios de **EFICIENCIA, EFICACIA, PRODUCTIVIDAD y RENTABILIDAD** para lo cual el programa de formación incluye:

- **Asignaturas del Proceso Administrativo** (Proceso I -Organización, Proceso II -Planeación, Proceso III -Dirección y Proceso IV -Control).

Estas materias otorgan al estudiante una clara racionalidad administrativa involucrándolos en los principios fundamentales de la teoría administrativa.

- **Asignaturas por Areas Funcionales** (Administración de la Producción, Administración de Mercados, Administración de Recursos Humanos y Administración Financiera).

Estas materias le entregan al estudiante la concepción administrativa de la empresa por áreas de gestión y resultados permitiendo globalizar la estructura funcional de la organización.

- **Asignaturas del Area Económica** (Introducción a la Economía, Microeconomía, Macroeconomía, Técnicas de Exportación e Importación, Desarrollo Económico, Recursos Scioeconómicos de Colombia, Formulación de Proyectos, Evaluación de Proyectos, Taller de Proyectos).

Estas materias buscan dar al estudiante una comprensión y manejo del contexto económico y de las relaciones entre la empresa como unidad de análisis micro y lo económico como unidad de análisis macro. La Formulación y Evaluación de proyectos le brinda al estudiante la oportunidad de manejar la metodología económico-financiera para el diseño, evaluación e implementación de un proyecto de inversión.

- **Asignaturas del Area Contable Financiera** (Contabilidad General, Taller de Contabilidad, Contabilidad Administrativa, Fundamentos de Costos, Presupuestos).

Estas materias complementan la formación en el manejo financiero de la empresa tanto en herramientas contables básicas como en análisis y proyección financiera.

- **Asignaturas del Area Cuantitativa y de Sistemas** (Fundamentos Matemáticas, Cálculo, Álgebra, Informática I - II - III, Estadística Descriptiva y Decisoria, Investigación Operativa, Matemática Financiera).

Las materias de esta área cumplen un triple objetivo en el proceso de formación del estudiante, relacionadas con la ejercitación y desarrollo de habilidades mentales derivadas de las matemáticas, el manejo de los sistemas de información basados en la herramienta del computador, el aprovechamiento de éste como mecanismo de apoyo a la toma de decisiones y el apoyo que a la acción administrativa prestan la estadística, la investigación operativa y las matemáticas financieras.

Se confirma una vez más la alta incidencia de la familia en la formación, constituyéndose en acción facilitadora de los procesos educativos que tiene por objeto, para el caso que tratamos el fomento de actitudes innovadoras y de liderazgo.

- **Asignaturas del Area de Derecho** (Nociones de Derecho, Legislación Comercial, Legislación Laboral y Legislación Tributaria).

Las materias de esta area apuntan a la formación del estudiante en los aspectos normativos vigentes relacionados con el recurso humano, su condición de empresario y sus obligaciones al fisco así como en el conocimiento del contexto legal dentro del cual se mueve la empresa.

4.3.2 Componente Vocacional-Motivacional

En relación con las condiciones explicativas de carácter sociológico y psicológico, en la formación del Espíritu Empresarial, consideró la EAN que un segundo componente en el Plan de Estudios en su programa de Administración de Empresas debería considerar estos aspectos y es así como se diseñó el Area Humanística (o Sico-Social) y el Area de Seminarios cuya estructura es la siguiente:

- **Asignaturas del Area Humanística: Sico-Social** (Metodología del Trabajo Intelectual, Psicología General, Antropología Socio-Cultural, Axiología Socioeconómica y Política, Ética Profesional).

Este grupo de materias que se manejan con una metodología eminentemente activa (alta participación del estudiante) aporta al estudiante elementos teóricos de Comprensión de las relaciones sociales y del comportamiento del individuo en los grupos sociales, actúa sobre éste en la transmisión de Valores éticos y morales e induce a comportamientos y actitudes de carácter humanístico en el futuro profesional.

- **Asignaturas del Area Seminarios** (Seminarios de: El Hombre, las Artes y Letras - El Hombre y la Ecología - El Hombre y la Administración Pública).

Observación: Otros dos (2) Seminarios se indican adelante como componente empresarial.

Estas asignaturas que como su nombre lo indica tiene en su desarrollo la metodología de Seminario, buscan ejercitar al estudiante en su capacidad de análisis y crítica al proponer como temáticas aspectos de la sociedad en relación con el hombre y que a la vez permiten un ejercicio de carácter investigativo necesario para despertar el interés y el espíritu de curiosidad en los participantes.

- **Asignatura Introducción a la Administración**

Esta materia, considerada de vital importancia para la mayor o menor aceptación que tendrá el estudiante de la Filosofía Institucional, está diseñada de manera que simultáneamente introduce al estudiante en la Administración, en la empresa y en la profesión brindando elementos de reflexión acerca de su propio futuro como profesional en esta disciplina y de su papel social y económico.

- **Asignaturas del Deporte Organizado - Niveles I a V**

“HACER DEL ADMINISTRADOR UN EMPRESARIO” obliga a considerar la formación de un profesional, física e intelectualmente efi-

ciente, socialmente comprometido, y consciente de su responsabilidad como el elemento generador de empresa.

Para no quedar en el plano de lo ideal, y con base en el artículo 25 del Decreto Ley 2845 de 1984; que crea la obligatoriedad de la práctica deportiva a nivel universitario, La Escuela de Administración de Negocios ha establecido en su currículo, el Deporte como una asignatura de carácter sico-físico dentro de la formación integral de sus estudiantes, por medio del Acuerdo 52 de 1982 y ratificado mediante el Acuerdo 68 de 1985.

Planteado así el programa, el objetivo de la enseñanza deportiva no es la Gran Competencia ni el Campeonismo, sino la búsqueda de la eficiencia orgánica para lograr el máximo rendimiento físico y personal del estudiante.

El programa consta de tres niveles y contempla el condicionamiento físico y el desarrollo de la gimnasia motriz en los dos primeros semestres. Con este aspecto básico, se afianza un nivel de partida físico, fisiológico y sicomotriz para la destreza deportiva; que se desarrolla en dos fases durante el tercero y cuarto semestres: Una de técnica individual y colectiva y otra de táctica y estrategia. El último nivel corresponde al quinto semestre y en él se proporciona la información teórica y la capacitación práctica en la noción administrativa del deporte.

4.3.3 Componente Empresarial

Sin pretender asumir una posición de innovación que perfectamente pudiera tomarse, la EAN ha incorporado a su Plan de Estudios un conjunto de asignaturas cuyos contenidos y metodología de desarrollo pretenden combinar en forma creativa los componentes antes señalados de tecnología administrativa y vocacional-motivacional con la permanente y puntual reflexión sobre aspectos relacionados con la iniciativa y el Espíritu Empresarial que permiten al estudiante sumergirse en la discusión, la reflexión y el conocimiento de aspectos directamente relacionados con su futuro como Administrador-Empresario; a continuación se indican esquemáticamente las materias en mención:

- **Seminario de Iniciativa Empresarial (Segundo Semestre)**

Es la primera oportunidad que tiene el estudiante para que de manera metódica y re-

flexiva considere la posibilidad, los pro y contras de convertirse en empresario independiente y puede considerarse casi que vocacional el objetivo de este seminario.

– **Seminario de Historia Empresarial Colombiana (Décimo Semestre)**

Brinda al estudiante la ocasión para conocer la realidad empresarial colombiana y a la vez reforzar su motivación hacia la empresa mediante el análisis de tres aspectos: Historia del Desarrollo Empresarial, Historia de Empresas e Historia de Empresarios.

– **Talleres I a V y Práctica Empresarial VI a X**

Estas 10 asignaturas que se cursan paralelas a las asignaturas del Area de Administración

(ejemplo: Introducción a la Administración tiene su respectivo Taller de Administración, etc.) pretenden llevar a la realidad la necesidad del paralelo entre la teoría y la práctica; los Talleres de 1o. a 5o. Semestre tienen un mayor componente de trabajo del estudiante dentro del aula de clase mediante el desarrollo de casos, la discusión en grupo de temas administrativos según el semestre y su correspondiente asignatura teórica y al final arrojan como resultado un informe escrito que involucra además aspectos descriptivos; de VI a X tiene un mayor componente de presencia en empresas incluyendo trabajos prácticos derivados del “Semestre en la Industria” de reciente implementación; Talleres y Prácticas se facilitan mediante los convenios que la EAN mantiene con ACOPI (pequeña y mediana empresa), COMPARTIR (Microempresa), FEDERACION DE HORTICULTORES (gran Empresa), COMFENALCO (Servicios) y que posibilitan tal actividad teórico-práctica.

– **Juego Empresarial (Décimo Semestre)**

Mediante el apoyo de los microcomputadores el estudiante en pequeños grupos de trabajo se organizan como empresas las cuales entran en competencia mediante simulación de decisiones, teniendo la oportunidad de poner en juego sus actitudes gerenciales, su capacidad de análisis en la toma de decisiones, su comprensión de las relaciones globales entre los recursos disponibles y despertar el espíritu de competencia y trabajo en equipo simultáneamente.

– **Estrategia Gerencial (Décimo Semestre).**

Permite al estudiante la comprensión del papel que juegan los componentes del entorno empresarial en el éxito o fracaso de la empresa y lo aproxima a la importancia que tiene la utilización de las técnicas de planeación estratégica en las decisiones del empresario. En general ejercita en la asunción y evaluación de riesgos a que se debe enfrentar un dirigente de una organización.

El estudio y el análisis del Espíritu Empresarial no puede ni debe sobreestimar los aspectos económicos en detrimento de los elementos sico-sociales que están involucrados en dicho espíritu.

– **Análisis de Oportunidades y Negocios (Décimo Semestre).**

Ofrece al estudiante la posibilidad de conocer las oportunidades que le brinda la situación económico-social presente en el país a quien desea montar una empresa o iniciar un negocio indicándole las áreas y sectores de mayor y menor riesgo las de mayores posibilidades de éxito en las actuales condiciones y los incentivos y apoyos de orden financiero, tecnológico, etc., que encontrará en instituciones públicas y privadas así como los productos y/o servicios de mayor perspectiva como inversión.

– **Seminarios de Trabajo de Grado (Noveno y Décimo Semestre)**

– Diseñados para cumplir el doble objetivo de darle herramientas metodológicas para la elaboración de su trabajo de grado y simultáneamente orientarlo en los temas objeto de investigación de los cuales el diseño de proyectos y los temas empresariales tienen especial importancia.

Con la anterior presentación del Plan de Estudios del programa de Administración de Empresas en la EAN, puede confirmarse la afirmación de que la Institución ha asumido con seriedad y profesionalismo su misión de “Hacer del Administrador un Empresario” y que bien o mal se ha reflexionado sobre el espíritu y la iniciativa empresarial.

Es conveniente indicar que en el desarrollo de las asignaturas juegan papel fundamental la **metodología docente** utilizada cuya descripción implicaría el desarrollo de otra ponencia dada su extensión y complejidad; basta señalar que existe un fuerte compromiso del personal docente de la EAN con la filosofía institucional, siendo norma de acción que cada profesor siempre se pregunte: ¿Qué aporte real y qué beneficio tendrá el conocimiento que estoy brindando a mis estudiantes dada su futura o actual aplicación como empresarios? Se complementa esta actitud con el hecho de que se insiste de manera permanente en la necesidad de equilibrar la teoría con la práctica y la participación del docente con la participación del estudiante.

Las experiencias atrás indicadas necesariamente son evaluables y conducen también a incurrir en errores como el del pragmatismo mal entendido y en ocasiones a relegar la academia pura y la investigación pero lo importante es que se han realizado cosas nuevas, diferentes que en últimas son las que permiten avanzar en el desarrollo de la formación profesional. Estas notas son producto de una experiencia que aún requiere análisis sistemático y evaluación empírica ordenada que se traduzca en resultados aprovechables por otras instituciones de educación superior para retomar lo que a juicio de ellas sea importante o para no caer en lo que se considere erróneo.

5. TIPOLOGIA DEL EMPRESARIO EANISTA

El presente aporte se deriva de un trabajo mucho más amplio y cuyo objetivo central era el lograr una caracterización de los estudiantes y egresados de la Escuela de Administración de Negocios, teniendo en cuenta variables de tipo demográfico, económico y cultural.

Es necesario aclarar que el estudio en mención no fue diseñado para analizar exclusivamente a los estudiantes y egresados empresarios; por lo tanto, existen algunos indicadores relevantes que no han sido analizados como por ejemplo, tamaño de la empresa, capital, número de empleados, etc.

Estos aspectos serán evaluados en un trabajo específico derivado de estas experiencias.

Con esta parte de la ponencia la EAN pretende únicamente **mostrar** algunos resultados concretos en la formación de empresarios, a través del seguimiento estadístico y el análisis de las características socio-económicas de estudiantes y egresados empresarios; experiencia metodológica que queremos transmitir a otras instituciones, ya que consideramos que es base para el conocimiento de la realidad y el establecimiento de políticas institucionales.

5.1 Aspectos Metodológicos

La investigación, para definir las características de estudiantes y egresados, se aborda desde dos perspectivas: El estudio de tipología de estudiantes, el cual se trabajó con base en un censo de la población estudiantil y el estudio de seguimiento de egresados realizados ambos en 1986, que en una primera etapa tuvo un carácter retrospectivo y se desarrolló en base a una muestra de 90 egresados. Como complemento al análisis del egresado se hizo un estudio de las Tesis de Grado uno de cuyos objetivos era analizar el tipo de trabajo de grado por ellos presentado, es decir detectar cuántos de estos proyectos estaban encaminados a la creación de empresas.

Algunos aspectos metodológicos de resaltar en estos estudios son:

- a. El Universo: Población estudiantil y total de egresados, respectivamente.
- b. En ambos se consideraron básicamente cuatro aspectos, a saber.
 - Demográficos: Sexo, estado civil, lugar de nacimiento, edad.
 - Socioeconómicos: Status, origen familiar, ingreso.
 - Laborales: Nivel ocupacional, experiencia laboral, antigüedad en el cargo actual, situación con relación a la propiedad de la empresa.
 - Académicos: Para la tipología de los estudiantes: Año de terminación del bachillerato, tipo de modalidad, inicio de otros estudios.

Para el seguimiento de egresados: Expectativa de formación, interés de Postgrados en áreas específicas, beneficio de la información recibida, vacíos en la formación, cursos complementarios desarrollados.

c. En el caso de la tipología de estudiantes se levantó un censo cuya cobertura fue del 70%. Para el estudio de seguimiento se trabajó una muestra estratificada por año de egreso tomándose como muestra el 6% de egresados.

d. La información recogida se procesó en las etapas normales de estos tipos de investigación, utilizando el paquete estadístico SPSS, a través de un computador IBM AT 512K, 80 megas.

5.2. Características Generales del Estudiante Empresario

Del universo de estudio se encontró que un 16.2% de los estudiantes y un 41% de los egresados encuestados tenía empresa propia. Este grupo en su conjunto está siendo objeto de análisis a través de una investigación particular realizada por un equipo interdisciplinario y cuyo objetivo principal es diseñar programas de apoyo a los empresarios a partir del conocimiento de su realidad, como también que sirva de retroalimentación para el currículo y para futuros programas de extensión. Por lo tanto, las reflexiones aquí consignadas pueden considerarse el inicio de un trabajo susceptible de ser enriquecido con experiencias como las derivadas de este congreso.

Demográficos

En cuanto a la edad, el grupo de estudiantes empresarios presentó características demográficas similares a las del conjunto total de estudiantes; observándose que el rango predominante es 21 a 25 años

En lo que respecta a sexo y estado civil se notaron algunas diferencias a resaltar puesto que en el grupo de empresarios hay proporcionalmente más hombres (69%) que en el total de estudiantes (59%). Igualmente existe mayor proporción de casados en el grupo de empresarios (26%) que en el total de estudiantes (16%).

Del universo de estudio se encontró que un 16.2% de los estudiantes y un 41% de los egresados encuestados tenían empresa propia.

Se observa que de acuerdo con el lugar de nacimiento la mayoría de los estudiantes son de origen bogotano, aspecto que también se encontró en el total de estudiantes y en los egresados.

Curso en que se encuentran

Un aspecto que llama la atención es el curso en que se encontraban matriculados en el momento de la encuesta los estudiantes empresarios, ya que se localizaron 61.6% de 1o. a 5o. semestre, 26.5% de 6o. a 8o. semestre y solo un 12% cursaban 9o. y 10o. semestres.

Al observar los resultados para cada curso en particular se destaca que un 19.7% eran de 1er. semestre, siendo éste el curso que presentó mayor número de estudiantes empresarios

Actitud ante la Idea de Ser Empresario

Con relación al tiempo de creación de la empresa se observó que el 47.9% ya poseía empresa antes de ingresar a la Institución, un 29.1% la constituyó después de ingresar a la EAN y un 23% no informa

Con el objeto de medir la disposición del estudiantado sobre el objetivo de la Institución se incluyó la pregunta: "Cómo le parece la idea de convertirse en Empresario". A nivel general las respuestas fueron bastante positivas y, como era de esperarse, este grupo de empresarios se inclinó casi en su totalidad (96.9%) hacia la respuesta "Muy Buena" entre cuatro opciones (muy buena, buena, regular, mala).

Por otra parte, con el fin de confrontar y validar la información recogida y en referencia a las perspectivas profesionales al terminar la carrera se incluyó la pregunta "Cuando usted termine los estudios de Administración de Empresas a qué piensa dedicarse", con seis opciones de respuesta, cuyos resultados más destacados fueron: "A trabajar en su empresa ya constituida" (95.1%), "continuar donde trabaja actualmente" (5.1%) y "trabajar en la empresa del padre". (2.6%)

5.3. Características Laborales y Empresariales

Los antecedentes laborales de los estudiantes confirman que existe relativamente poca movilidad laboral puesto que la mayor parte de los estudiantes, es decir el 64.9% ha trabajado en menos de dos empresas

Por otra parte, en el nivel de ocupación de este grupo se encontró que la mayoría presentó cifras bastante relacionadas con su calidad de propietario. Es así como el 64% ocupaban cargos de dirección. El 26.5% afirmó ocupar otros car-

gos tales como Jefe de División

En cuanto a la actividad de la empresa de estos estudiantes, se encontró que los sectores que predominan son: El industrial (29.1%), seguido del comercio al por menor (26.5%), agricultura (6%), construcción (3.4%), transporte (3.4%).

5.4. Aspectos Económicos

Con el propósito de aproximarnos a las características económicas del grupo, se consideran los siguientes indicadores:

— Estrato del barrio de residencia en Bogotá: Con base en la clasificación censal DANE, que contempla los estratos: Bajo-Bajo, Medio-Bajo, Medio, Medio-Alto y Alto, se clasificaron las direcciones de residencia de los encuestados. Los resultados muestran que en el grupo que estamos analizando (empresarios) se presenta una alta concentración (62.4%) en barrios considerados de estratos medio-alto y alto. Un 29.1% se ubica en el estrato medio, mientras que solo 6.8% se localizan en barrios de estratos medio-bajo y bajo

— Antecedentes familiares: Uno de los aspectos analizados en esta parte es el nivel educativo del padre, que contribuye a caracterizar el nivel económico. Aquí se encontró que el 60.7% de los padres de los estudiantes empresarios habían alcanzado el nivel universitario. Dentro de este grupo es importante resaltar que un 12.8% tenían estudio a nivel de postgrado

Al confrontar estos resultados con los resultados para el total de estudiantes de la EAN, se destaca que en el universo total solo un 45% de los padres tenían estudios a nivel superior.

Se encontró que el 56.4% del total de estudiantes empresarios manifestaron que sus padres eran propietarios o directores, gerentes generales.

Existe además otra relación entre los antecedentes familiares y la actividad que desarrollan actualmente los estudiantes, puesto que, en cuanto a las profesiones de los padres predominan las carreras afines con la Administración, ya que al clasificarlos por áreas del conocimiento un 20.5% eran del área "Economía, Administración y afines".

Debe destacarse que al preguntar a los estu-

diantes empresarios la importancia en la escogencia de la carrera y de la Institución que tuvo el lema de la EAN "Hacer del Administrador un Empresario", el 77.8% respondió que fue "Muy Importante" y el 13.7% "Importante".

— Ingreso mensual del estudiante: El ingreso, como indicador del nivel económico nos muestra que un alto porcentaje (47.9%) de estudiantes se ubican en ingresos menores de \$70.000, un 20.5% en ingresos entre \$70.000 y \$130.000, un 15.4% entre \$130.000 y \$250.000 y el 3.4% entre \$250.000 y \$850.000

Comparativamente con el ingreso familiar (padres), estas cifras presentan disparidad en lo que respecta a grupos; es así como solo el 13% de los padres de estos estudiantes tenían ingresos menores a \$70.000; un 15.4% se encuentra en el rango de \$75.000 y \$150.000, mientras que el 48.9% tenía ingresos superiores a \$150.000

5.5. El Egresado Eanista

Algunos aspectos destacados del estudio Seguimiento de Egresados, y que tiene relación con esta parte de la ponencia son:

Situación Laboral

Para analizar este aspecto, de forma general se preguntaba a los encuestados en cuál de las siguientes situaciones se encontraba en el momento de la encuesta: Empleado, empresario, desempleado. Las respuestas indicaron que un 50% estaban trabajando como empleados, un 41% afirmaron ser empresarios y un 9% estaban desempleados.

Rama de Actividad de la Empresa

Se destaca que el 51% de los egresados se ubican en el sector servicios, el 16% en el sector comercial y el 14% en el industrial. El 19% restante se dispersa en otros sectores.

Tamaño de la Empresa

El mayor porcentaje de los egresados (43%) se encuentra trabajando en empresas grandes, mientras que un 20% lo estaban en empresas medianas, el 14% en pequeñas y el 14% restante en microempresas.

Al confrontar el tamaño de la empresa con la situación laboral se encontró que el empresario

es propietario de empresas pequeñas y microempresas. Algún porcentaje no significativo lo era en medianas empresas.

5.6. Las Tesis de Grado

Como resultado del estudio "Sistema de Información basado en los trabajos de grado de los egresados de la EAN", se encontraron algunos datos que es pertinente resaltar para la aproximación tipológica de la población Eanista.

Los trabajos de grado realizados están dirigidos a analizar la problemática de pequeñas (36%), medianas (26.5%) y microempresas (16.9%). El porcentaje restante se distribuye en grandes (4%) y sin identificar (trabajos genéricos o dirigidos a empresas en general, es decir estudios teóricos, históricos, etc., el 13.8%).

Por otra parte se destaca que la mayoría de estos trabajos (31.8%) son proyectos de factibilidad cuyo objetivo principal es la creación de una empresa.

REFLEXIONES FINALES

El estudio y análisis del Espíritu Empresarial no puede ni debe sobreestimar los aspectos económicos en detrimento de los elementos sicosociales que están involucrados en dicho espíritu. En este sentido, la dimensión humana es tan importante como la dimensión técnica al evaluar y diseñar estrategias de fomento del espíritu y la iniciativa empresarial; tampoco debe tenderse a convertir este tema en un paradigma de moda para reflexionar sobre el papel de la universidad en el desarrollo económico de los pueblos, pues se incurrirá en el error de relegar la academia y la investigación en aras de un pragmatismo mal entendido por lo cual no debe olvidarse que teoría y práctica son complementarias y ninguna está subordinada a la otra.

El Espíritu Empresarial es un concepto eminentemente subjetivo y por tal razón es necesario abordarlo conjuntamente con el concepto de empresario como agente activo y de la empresa como la organización en la cual se concreta la iniciativa empresarial. Para profundizar sobre las condiciones que explican el surgimiento del Espíritu Empresarial, es conveniente asumir una posición integradora de los aspectos económicos, sociológicos y psicológicos que permitan globalizar e interrelacionar los diversos factores intervinientes en la formación de empresarios.

El empresario como figura central que es, se caracteriza en su personalidad por ser perseverante, audaz y arriesgado, con capacidad para enfrentar problemas y hallarles soluciones creativas, con dotes de líder e innovador y todas estas características permiten concluir que en un proceso de formación que apunte a incentivar el espíritu empresarial entre los estudiantes, debe darse vital importancia al ejercicio de la mente mediante una activa participación del discente en el proceso de enseñanza-aprendizaje que le permita liberar su pensamiento en la generación de nuevas ideas creativas e innovadoras y reforzar su espíritu inquisitivo.

La empresa, unidad importante de análisis en el tema del espíritu empresarial, encierra en su dinámica un carácter interdisciplinario que obliga a considerar al empresario como un individuo cuya formación involucre lo humanístico con lo técnico; debe de igual manera tenerse en cuenta que la empresa privada es una de las manifestaciones del liberalismo y que su existencia y desarrollo solo son posibles dentro de un ambiente democrático en que las libertades individuales no se coarten por un excesivo intervencionismo de Estado. Las empresas como unidades productivas tiene diversas manifestaciones que van desde la microempresa hasta la gran empresa y simultáneamente en su proceso evolutivo se dan diversas etapas desde la gestación hasta el pleno desarrollo; estas manifestaciones empresariales que combinan de una parte el tamaño de una empresa con la etapa de evolución en que se encuentre, exigen en cada situación un empresario con características particulares que correspondan a las necesidades de dicha empresa, aspecto que debe tenerse en cuenta para determinar un perfil de formación profesional en una institución universitaria.

Esta ponencia ha querido destacar la experiencia que a lo largo de 20 años de labores inintermitidas ha venido acumulando la Escuela de Administración de Negocios de Bogotá, Colombia cuya filosofía institucional se traduce en una misión: "Hacer del Administrador un Empresario". El punto de partida para el desarrollo de la ponencia que hoy ofrece la EAN es el reconocimiento que ésta hace de que es posible promover e incentivar el espíritu y la iniciativa empresarial en el estudiantado, consideración que supera la bizantina discusión académica de si el empresario nace o se hace. En tal sentido la EAN considera más importante responder a la pregunta ¿cómo fomentar el espíritu empresarial y la crea-

ción de empresas mediante la operacionalización de un plan de estudios?

La EAN mediante una visión integral reconoce la existencia de aspectos económicos, sociológicos y psicológicos en la explicación del espíritu empresarial y es así como partiendo de la definición de su misión ha determinado su propio y particular perfil de formación reflejado en un plan de estudios cuya estructura curricular relaciona tres componentes: Un primer componente de formación en tecnología administrativa que responda a la obligación que tendrá el futuro profesional de producir resultados económicos basado en los conceptos de productividad, eficiencia y eficacia, combinando creativamente las áreas de resultados con el manejo del entorno de la empresa a su cargo; su segundo componente de formación vocacional-motivacional que ofrece una sólida formación humanística y mediante el desarrollo de seminarios genera el clima propicio para el análisis de la problemática contemporánea y a la vez motiva hacia la búsqueda de soluciones creativas ejercitando en el estudiante su espíritu inquisitivo y analítico. El tercer componente es el empresarial que introduce al dicente en la temática central de su formación mediante un conjunto de asignaturas como iniciativa empresarial, historia empresarial, juego empresarial, análisis de oportunidades y negocios, práctica y talleres de administración, etc.

No sería posible en la EAN alcanzar los objetivos propuestos si no se consideraran otros aspectos como el ambiente organizacional, la estructura organizacional y la alta especialización en administración de empresas al ofrecer un solo programa, los cuales son facilitadores y se constituyen en apoyo del proceso de formación de administradores empresarios.

Los resultados alcanzados por la EAN en cumplimiento de sus objetivos fueron por primera vez evaluados estadísticamente en 1986 aunque desde tiempo atrás la experiencia ha demostrado que en la actualidad hay un alto número de empresarios egresados de la EAN cuya enumeración nos haría incurrir en el casuismo lo cual no es de interés en el presente Congreso. Los estudios realizados el año inmediatamente anterior y que pretendían determinar una tipología tanto del estudiante Eanista (y el estudiante empresario en particular) como del egresado Eanista, están aún en proceso de consolidación y análisis lo cual no obsta para que de la información obtenida se tengan ya resultados preliminares que consideramos de interés reseñar a continuación sin

pretender entrar en análisis explicativos:

— El 16.2% de los estudiantes de la EAN y el 41% de sus egresados son empresarios.

— Existe de acuerdo con los datos analizados una relación importante entre el hecho de ser empresarios y los antecedentes familiares. Es así como, el nivel socio-económico, el nivel educativo del padre y los antecedentes empresariales en su familia se presenta como factores explicativos del fenómeno analizado. Este último hecho es de destacar puesto que la casi totalidad de estos estudiantes pertenece a familias cuyos miembros más cercanos (padre, madre, hermanos) tenían algún tipo de empresa.

Este aspecto, que se presenta de manera similar para la totalidad de estudiantes (aunque en menor proporción) puede estar contribuyendo al desarrollo de la iniciativa empresarial entre la población estudiantil de la EAN.

— Esto no hace sino confirmar una vez más la alta incidencia de la familia en la formación, constituyéndose en acción facilitadora de los procesos educativos que tiene por objeto, para el caso que tratamos el fomento de actitudes innovadoras y de liderazgo.

Otro aspecto que se destaca es la importancia dada por los estudiantes al objetivo planteado por la EAN "Hacer del Administrador un Empresario" ya que como se observó, un gran porcentaje lo consideró fundamental en la escogencia de la carrera y de la Institución. Esto demuestra un alto grado de concientización sobre un objetivo particular: Ser Empresario.

El mérito que reclama la Escuela de Administración de Negocios es quizá el de ser la primera Institución de carácter universitario que desde su inicio en 1967, se propuso escudriñar el fenómeno empresarial considerándolo como un objetivo hacia el cual era posible canalizar los esfuerzos académicos, inculcando a los estudiantes una mística por los negocios, induciéndolos a crear empresas generadoras de empleo antes que a salir como profesionales a buscar empleo.

Los resultados alcanzados por la EAN no implican que exista una "Fórmula Mágica" para la formación de empresarios y, en tal sentido, su posición no es dogmática y, por el contrario, reconocemos que aún falta mucho para conocer y aprender, razón por la cual encuentros como éste de Cali propician el ambiente y el espacio adecuado para un útil intercambio de experiencias.