

LA NECESIDAD DE UN ENFOQUE ESTRATÉGICO ANTE EL PLANTEAMIENTO DE LOS NUEVOS GRADOS EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

THE NEED FOR STRATEGIC APPROACH FACING THE NEW EUROPEAN DEGREES IN BUSINESS MANAGEMENT

Cristina López-Cózar Navarro
Departamento de Economía de la Empresa
Universidad Europea de Madrid
cristina.lopez-cozar@uem.es

Tiziana Priede Bergamini
Departamento de Economía de la Empresa
Universidad Europea de Madrid
tiziana.priede@uem.es

Resumen:

El nuevo Espacio Europeo de Educación Superior supone para las universidades la necesidad de modificar su oferta académica actual, sustituyendo diplomaturas y licenciaturas por títulos de grado. Ante este reto, la principal aportación de este trabajo consiste en la aplicación del modelo de análisis estratégico a la formulación de nuevos títulos adaptados al EEES en el área empresarial.

Palabras clave:

Actitud estratégica, Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), nuevos grados, dirección, creación de empresas.

Abstract:

The new space for higher education means for all European universities the need to modify their academic offer, creating new academic degrees that will replace the current ones. With this in mind, the main contribution of this article is based on the application of the strategic management model to the creation of new grades adapted to the ESHE, focused mainly on the business management area.

Keywords:

Strategic management, European Space for Higher Education (ESHE), new degrees, business management, entrepreneurship.

1. INTRODUCCIÓN

La universidad española debe afrontar el reto de los nuevos grados, no como una adversidad, sino como una oportunidad para renovarse y realizar los cambios de actitud necesarios acordes a las necesidades de los nuevos tiempos. La universidad no puede comportarse como un ente aislado ya que forma parte de un sistema mayor y abierto, influye y es influida por la sociedad. Por ello, la adaptación al

nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) supone un gran reto de cambio e innovación.

En este contexto, cabría pensar que la universidad debe adoptar una actitud estratégica y sistemática, a la hora de diseñar su nueva oferta académica, investigando tanto las oportunidades que le brinda el entorno, como sus propias fortalezas internas. Para responder correctamente a las necesidades que plantea la sociedad en cuanto a formación universitaria se refiere, las universidades deberán realizar un estudio del contexto que les rodea. A su vez, dentro de este análisis externo, es necesario distinguir dos niveles.

Por un lado, es preciso realizar un diagnóstico del entorno general, esto es, la situación socioeconómica en la que se encuentra inmersa la universidad. Observar lo que nos rodea desde un punto de vista global, facilitará la clave de las necesidades que hay que satisfacer, ofreciendo todo un abanico de oportunidades.

Por otro lado, un estudio del entorno más cercano o específico investigando cuestiones como: qué están ofreciendo otras universidades, tanto nacionales como internacionales, y qué resulta atractivo para los estudiantes y, al mismo tiempo, útil para la sociedad en general.

La otra gran fuente de inspiración a la hora de pensar en los nuevos títulos de grado, la encontramos dentro de la propia institución. Cada universidad debe identificar y evaluar todos los recursos con los que cuenta para mejorar, adaptar y desarrollar su oferta académica. De este análisis se obtendrán las fortalezas, las cuales correctamente explotadas, se transformarán en una oferta de alternativas interesantes para los futuros estudiantes.

Parece lógico suponer que las universidades adopten una actitud estratégica a la hora de afrontar el diseño de sus nuevos títulos de grado. La aportación original de este estudio consiste precisamente en realizar un análisis estratégico completo para justificar el planteamiento de un nuevo grado en administración y creación de empresas. El trabajo comienza con un estudio del entorno general, tanto nacional como europeo, común a todas las universidades españolas, el cual define la situación socioeconómica actual. A continuación nos centramos en el origen y el desarrollo de la formación sobre dirección de empresas, para terminar con un análisis de los recursos y las capacidades con los que cuenta la universidad española para afrontar los retos del nuevo espacio europeo. Finalmente se presentan las conclusiones del estudio con las principales cuestiones que pueden ser objeto de posterior investigación.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL

Según el ranking de competitividad global 2007 (*Global Competitiveness Report*) del “World Economic Forum”¹ que recoge el Instituto de Estudios Económicos (IEE), España se sitúa entre los 30 países más competitivos, de los 131 que integran el referido ranking mundial. Para la realización de este estudio se ha contado con la colaboración de importantes académicos y una red global de

institutos de investigación que recoge información, tanto de economías industrializadas, como en vías de desarrollo. La economía norteamericana ocupa, un año más, el primer puesto como líder mundial en competitividad. Suiza ocupa el segundo lugar en la clasificación mundial, seguidos de Dinamarca, Suecia, Alemania, Finlandia, Singapur y Japón.

La base del tejido empresarial de la mayoría de los países del mundo, está constituida por pequeñas y medianas empresas (PYME)². Éstas generan el mayor porcentaje de empleo de la economía, siendo por tanto, de gran importancia para el desarrollo empresarial y el crecimiento económico (OCDE, 2002).

Este hecho adquiere especial relevancia en España, donde estas empresas son las principales artífices de la generación de empleo. Por ejemplo, las PYME españolas fueron responsables del 80% de los nuevos empleos creados en la industria y los servicios entre los años 1996 y 2000 (Ministerio de Economía, 2002), porcentaje que se ha mantenido e incluso se ha incrementado en los últimos años. Actualmente, el 99,84% de las empresas son PYME y el 94% son microempresas. El conjunto de las PYME españolas representa el 80% del empleo, el 62% de las ventas y el 60% del valor total de las exportaciones. En comparación con otros países europeos, las empresas españolas tienen un tamaño inferior, aunque emplean en su conjunto a un porcentaje mayor de personas (INE, 2008).

Sin embargo, y a pesar de su importancia cualitativa y cuantitativa, dichas empresas tienen más dificultades que las de mayor dimensión para acceder a recursos financieros, para crearse y sobrevivir en un entorno competitivo complejo, dinámico y hostil. Por su parte, hasta hace muy poco tiempo, el emprendedor no ha tenido la oportunidad de recibir la formación específica y necesaria para afrontar con éxito el reto empresarial. Junto a ello, es preciso señalar que, según datos de la Memoria anual (2006) de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, las PYME siguen creciendo en activos, cifras de negocio y resultados, aunque en mayor medida en la dimensión de sus balances que en sus volúmenes de ventas.

Respecto al empleo, las PYME continúan apostando por el mantenimiento del mismo, especialmente las de menor tamaño, y todas ellas generan empleos fijos y reducen los temporales (la tasa de crecimiento de empleo fijo es inferior a la tasa de reducción del no fijo). Las microempresas pasan a tener una media de 2,69 empleados fijos y 0,95 temporales. Las pequeñas empresas, por su parte, han aumentado los contratos de trabajo indefinidos un 4,04% y reducido los temporales casi un 7%, alcanzando un empleo medio de 11,81% empleados fijos y un 6,95% temporal. Por último, las empresas medianas ofrecen las mayores tasas de variación de empleo fijo que crece un 5,64% y de empleo temporal que se reduce en más de un 10%, quedándose con una plantilla media de 20 empleados fijos y 14 temporales.

En el año 2006, la rentabilidad de los recursos propios (*return on equity, ROE*) de las PYME ha ofrecido valores elevados, con cifras cercanas o superiores al 10%, aunque se registra un leve descenso respecto a 2004; en cuanto a 2005, las micro y

pequeñas empresas mejoran ligeramente, si bien para las medianas, también disminuye la rentabilidad.

La otra gran fuente de riqueza y empleo en España la constituyen las empresas familiares³. En los últimos años se ha adquirido conciencia de la importancia de este tipo de empresas para la economía.

Según el Instituto de la Empresa Familiar⁴ (IEF) se entiende por empresa familiar aquellas en las que la mayoría de la propiedad está en manos de una o más familias. Se estima que en España hay más de dos millones y medio de este tipo de empresas, que generan en torno al 70% del PIB y del empleo español (Quintana, 2007). En la Unión Europea representan en torno al 75% del entramado empresarial. Así mismo las empresas familiares están presentes en todos los sectores industriales, y poseen diferentes dimensiones, desde PYME a grandes empresas, siempre controladas por grupos familiares.

Tanto el Instituto, como la consultora Price-Waterhouse-Coopers, en un estudio llevado a cabo en el año 2007 sobre las empresas familiares en España, coinciden en afirmar que más de la mitad de los empresarios familiares desean transmitir su empresa a la generación siguiente. Sin embargo, las estadísticas en este sentido son demoledoras. Sólo una pequeña parte de las empresas familiares consigue mantener el carácter familiar por más de una generación. Para el IEF esta ruptura en la continuidad es debida a que el empresario familiar no siempre consigue superar con éxito una cuestión tan importante como la planificación de la sucesión. Elemento clave que garantiza que el sucesor familiar sea competente, o en su caso, incorporando directivos no familiares.

Por tanto, parece lógico pensar, que desde la universidad se tiene que dar respuesta a esta necesidad presente actualmente en nuestra sociedad. Las empresas familiares tienen ciertas peculiaridades que las diferencian del resto. Entendemos que entre el colectivo de jóvenes universitarios hay un buen número de futuros propietarios y gestores de este tipo de empresas y, por lo tanto, es importante ofrecer la posibilidad de recibir formación en cuestiones específicas de las empresas familiares.

Por otra parte, El Consejo Europeo de Lisboa estableció como objetivo para el año 2010, convertir a Europa en la economía más dinámica y competitiva del mundo basada en el conocimiento. La competitividad europea depende de sus PYME ya que son fuente de creación de empleo, de creación de riqueza, motor principal del espíritu empresarial y base de la mayoría de las economías; por estos motivos el Consejo estableció el principio de “pensar primero a pequeña escala” como forma de progresar, marcando especial énfasis en estimular el crecimiento a través del conocimiento, la innovación y el espíritu empresarial.

Para superar este reto es necesario un mejor entorno empresarial para las PYME. Las medidas de mejora son de responsabilidad nacional por lo que la Comisión debe ayudar a los Estados Miembros a través de estudiados métodos de coordinación. En respuesta a este importante reto, la Comisión Europea evalúa el

progreso del apoyo a las PYMES europeas observando, en qué medida el entorno empresarial que se está creando es realmente favorable a las mismas.

Las PYME constituyen la inmensa mayoría de las empresas europeas, sin embargo, no siempre saben manifestar sus preocupaciones y no todos los gobiernos de los Estados Miembros las consideran a la hora de formular políticas y legislar. En países como Reino Unido, Dinamarca, Suecia, Finlandia, Alemania y Austria, se predica con el ejemplo y existen eficaces mecanismos de coordinación. No obstante, son precisos más esfuerzos en otros países menos desarrollados para que las PYME puedan manifestar sus necesidades.

La propensión al espíritu empresarial es relativamente escasa en toda la UE (48%) en comparación a Estados Unidos (59%). Solamente Grecia, Portugal y España, están por encima del 60%. Por ello, se deben centrar los esfuerzos en fomentar el espíritu empresarial a través de la educación y formación, tanto para los empresarios que empiezan, como para los que ya están en marcha. De ahí el posible interés en crear unos estudios de grado dirigidos a la creación y dirección de empresas.

La mayoría de los Estados han articulado proyectos, tanto para poner en contacto a los alumnos con los empresarios, como para enseñarles a crear y desarrollar sus ideas. Los países miembros necesitan empresas competitivas y un entorno empresarial favorable para disfrutar de los beneficios de un mercado unido. El fomento de las actitudes empresariales en los países de la Unión debe empezar con la educación.

Un ámbito en el que se requieren más avances es en el fomento del espíritu empresarial, ya que es preciso suscitar nuevas vocaciones y lograr el crecimiento de más empresas europeas. El mejor camino para ello está, precisamente, en la universidad. Si Europa puede aportar un entorno en constante mejora para sus PYME, y logra estimular y aprovechar su potencial empresarial, se garantizará mejor su futura competitividad.

En Europa se ha generalizado la idea de que el espíritu empresarial es una actitud y opción de vida que requiere ser promovida y enseñada. La automotivación, la iniciativa, la creatividad, el trabajo en equipo, la capacidad para asumir riesgos, etc., son competencias que pueden fomentarse mediante una educación temprana y progresiva en los estudios universitarios. Creemos firmemente en este aspecto por lo que el planteamiento de un nuevo grado en dirección y creación de empresas nos parece necesario. La universidad española debe asumir este reto y aprovechar las oportunidades que brinda el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior.

Por otra parte, nos parece interesante destacar *El Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*⁵ en el que cada año las naciones participantes presentan informes sobre su actividad emprendedora. En este sentido, es preciso señalar que España es el único país participante que ha desarrollado una red de equipos regionales, que presenta informes anuales con el mismo grado de desarrollo que los nacionales. En otras palabras, España es la única nación del GEM que realiza el proyecto para cada una de las 17 comunidades autónomas por separado como si fueran países

independientes, y además el informe incluye un apartado en el cual se compara con los resultados nacionales.

Los puntos en los que hace hincapié el informe GEM son los siguientes: actividad emprendedora y dinámica empresarial, tipos de comportamiento emprendedor, perfil socioeconómico del emprendedor, el proceso emprendedor de la mujer, características de las actividades resultantes del proceso emprendedor, actividad emprendedora e inmigración, financiación del proceso emprendedor, la existencia de oportunidades, motivación y capacidad para emprender en la población adulta, las condiciones específicas de entorno para emprender en España en el año 2006, y el análisis regional de la actividad emprendedora en España en 2006 (última fecha de publicación).

Los GEM regionales están proporcionando información exhaustiva y detallada acerca de la actividad emprendedora y empresarial de cada comunidad autónoma. En efecto, se dispone de un amplio conjunto de variables que dan lugar a indicadores que permiten detectar logros y problemas comunes a todas las regiones y también particulares de cada una de ellas. Dichos problemas podrían ser la falta de crecimiento y de expansión del mercado y el uso reducido de las tecnologías. Entre los problemas particulares se encuentran el acceso a fuentes de financiación, la oferta formativa y el nivel educacional para emprendedores, el desarrollo de determinados sectores, así como el apoyo social y cultural al emprendedor. Todo ello demuestra la importancia de unos estudios específicos de creación y dirección de empresas en el ámbito universitario.

Junto a lo anteriormente expuesto, es preciso señalar que durante el año 2006 no sólo se crearon más empresas, sino que además, el índice de mortalidad se redujo en más de un 16% respecto al año 2005. Por lo tanto, España se sitúa en el cuarto puesto de los países de la Unión Europea y el séptimo de los países de la OCDE analizados por el GEM. Llama la atención que en el año 2006 el número de iniciativas puestas en marcha por inmigrantes casi se ha multiplicado por tres, lo que sin duda confirma el mayor espíritu emprendedor de este colectivo y algunos de los beneficios que esta regeneración aporta a nuestra economía. Igualmente es motivo de satisfacción ver que España ocupa el primer puesto de la Unión Europea en cuanto a iniciativa empresarial femenina. Se consolida el aumento del número de emprendedores con estudios universitarios y desciende el porcentaje sin estudios. Todo lo cual nos lleva a concluir que la universidad española debe responder a este panorama general en el que la iniciativa emprendedora se ha convertido en un motor de nuestra economía, en la cual es preciso fomentar la innovación empresarial.

Para finalizar esta perspectiva panorámica del entorno general, destacamos los siguientes datos en relación a la demografía española (INE, 2008). El número total de empresas activas (no agrícolas) operativas en España a 1/1/2007, es de 3.336.657. Dicha cifra se vio incrementada en 121.546 respecto al año anterior, lo que supuso un aumento del 5,1%.

Por sectores, el mayor incremento se produjo en la construcción con un 8,9% y el resto de servicios con un 6,7%. Mientras que el número de empresas dedicadas al

comercio aumenta 1,2%, y la industria un 0,8%. Destaca el gran predominio del sector servicios con el 52,7% de las empresas (hostelería, transporte y comunicaciones, actividades inmobiliarias, servicios empresariales, educativas, sanitarias, asistencia social, etc.).

El peso de las actividades comerciales es un dato a señalar con el 25,3% del total. Se engloban en este apartado empresas que desarrollan actividades comerciales, al mayor, al menor, e intermediarios. Finalmente, el resto de la población se reparte entre las actividades industriales (7,3%) y la construcción (14,6%). El sector primario no está aquí contemplado.

Se observa, por tanto, que el sector servicios y el comercio acaparan alrededor del 80% de la demografía empresarial española. Por su parte, se produce un gran predominio de las microempresas. En efecto, el 51,1% de las empresas no emplea a ningún asalariado y el 27,9% tienen entre 1 y 2. Sólo el 5,5% tienen más de 20 asalariados.

La proporción de empresas de menor tamaño se sitúa en el sector servicios (83,3% de las empresas emplean dos o menos asalariados) y en el comercio (80,5% de las empresas tienen a lo sumo dos asalariados). Por el contrario, el peso de las empresas grandes se concentra en el sector industrial (9,4% emplean 20 ó más asalariados).

Por último, destacar que Cataluña, Andalucía y la Comunidad de Madrid continúan concentrando casi la mitad de las empresas españolas, con un incremento del número de empresas en cada una de ellas, en relación con el año anterior.

En la tabla 1 se recoge el total de empresas activas en España por sectores en función del número de asalariados. Como hemos podido comprobar a lo largo del análisis del entorno general, nos encontramos ante una demografía española centrada en la microempresa de servicios, siendo la figura del empresario individual sin asalariados especialmente relevante para nuestra economía.

Tabla 1: Empresas activas por sectores y asalariados

Empresas activas según sector económico, por intervalo de asalariados					
	Total	Industria	Construcción	Comercio	Resto de servicios
TOTAL	3.336.657	244.359	488.408	845.229	1.758.661
Sin asalariados	1.706.140	79.165	228.174	417.294	981.507
De 1 a 2 asalariados	932.526	63.212	123.295	263.341	482.678
De 3 a 5 asalariados	340.638	35.901	61.270	89.677	153.790
De 6 a 9 asalariados	158.159	21.573	30.809	38.114	67.663
De 10 a 19 asalariados	108.866	21.441	25.483	22.176	39.766
De 20 o más asalariados	90.328	23.067	19.377	14.627	33.257

Fuente: DIRCE 2007

La universidad española no puede permanecer ajena a estos hechos y debe responder a las necesidades de su economía. El Nuevo Espacio Europeo proporciona la oportunidad de centrar la atención en las PYME y ofrecer a los alumnos unos estudios específicos sobre dirección y creación de empresas, basados en el conocimiento y en el desarrollo de las habilidades y competencias específicas con las cuales podrán afrontar los nuevos retos del entorno socioeconómico.

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO

Siguiendo a Light (2008) pasamos a continuación a relatar brevemente el origen de la formación sobre dirección de empresas, como paso previo a la realización del análisis del sector específico.

La formación de directivos arranca en torno a la década de 1830 - 1840 con las primeras “escuelas de comercio” de Estados Unidos. A los alumnos se les enseñaba básicamente conocimientos (contabilidad, control de existencias, ventas, etc.). A finales del siglo XIX estas escuelas son sustituidas por escuelas empresariales con base universitaria. La primera en aparecer fue la *University of Pennsylvania Wharton School* fundada en 1881.

Pocos años después nacieron las primeras escuelas de dirección, como *Harvard Business School* fundada en 1908 o la creada en Stanford en 1925. Nace entonces un nuevo programa, al que denominaron Programa MBA⁶, con el doble objetivo de transmitir conocimiento y también inculcar valores y actitudes en los estudiantes. No obstante, durante la primera mitad del siglo XX, no se crearon muchas escuelas de dirección empresarial y todas ellas impartían un plan de estudios muy similar.

Fue durante la segunda mitad del siglo XX cuando se generalizaron los estudios sobre dirección de empresas y escuelas de líderes. La administración de empresas adquiere el carácter de ciencia, y empieza enseñarse a los estudiantes a ser buenos administradores empresariales. Era necesario dar respuesta a la creciente importancia de la gran empresa multinacional que por entonces comenzaba a crecer y expandirse fuera de las fronteras. Sólo en Estados Unidos, el número de MBA pasó de 3.000 a 100.000. La oferta académica creció considerablemente surgiendo programas de diversa índole y duración, tanto en universidades como en escuelas de negocios.

Actualmente en España existen 73 universidades⁷. La mayoría posee estudios de dirección de empresas. Asimismo, hay un alto número de escuelas de negocios, sobre todo en Madrid y Barcelona, centradas en los estudios de postgrado o master.

Hasta ahora la mayor parte de los estudios de diplomatura o licenciatura en administración y dirección de empresas han sido bastante generalistas y han centrado su atención en el análisis de las grandes empresas y no, desde luego, en su creación sino más bien en su administración. Los estudios de postgrado han estado tradicionalmente más cerca de la realidad empresarial y ha sido más frecuente en los mismos la incorporación de temas relacionados con la creación de empresas e

incluso proyectos fin de master enfocados en la creación y puesta en marcha de iniciativas emprendedoras.

Algunas de las más prestigiosas escuelas de negocio han sido pioneras en el desarrollo de la empresa familiar y las iniciativas empresariales. Por lo que se refiere a su enseñanza, en los últimos diez años se han creado 34 cátedras de empresa familiar, lo que ha permitido que alrededor de 8.000 alumnos aprendan las peculiaridades de este tipo de empresas. La primera cátedra se crea en el año 1998 en Barcelona y se espera que para el año 2009 se generalice la difusión de estos estudios.

En definitiva, el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior ofrece la oportunidad a la universidad española de mejorar y acercarse a la realidad y a las necesidades que la sociedad moderna demanda, no sólo ofreciendo títulos de grado que se especialicen en la dirección y creación de empresas, sino incorporando las buenas prácticas de las clásicas escuelas de negocio en cuanto al desarrollo de habilidades y competencias en el alumno, lo cual dota al estudiante de grado de las herramientas necesarias para poder desarrollar su carrera profesional.

3. ANÁLISIS INTERNO

Las universidades españolas, al igual que en los demás países de nuestro entorno, cuentan con una larga experiencia a la hora de formar a futuros administradores empresariales, aunque no siempre ha sido así.

En un primer momento las escuelas de negocio carecían de dos cuestiones clave: el rigor académico y la investigación docente. Así pues, durante la primera mitad del siglo XX se prestaba poca atención al desarrollo de teorías científicas sobre dirección. Durante la II Guerra Mundial, Gran Bretaña tenía la necesidad de resolver una serie de problemas nuevos y complejos, derivados de la contienda. Los británicos con su supervivencia en juego, formaron los primeros equipos de Investigación de la Operaciones (I.O.), reuniendo la experiencia de físicos, matemáticos y otros científicos, avanzando en lo tecnológico y en lo táctico. Cuando los norteamericanos entraron en el conflicto, pasaron a formar parte de estos equipos, usando modelos matemáticos para resolver problemas complejos y las primeras computadoras para manejar los cálculos.

Terminada la Guerra, la aplicación de la investigación de las operaciones a la administración de las empresas se hizo evidente y las escuelas de negocio no tardaron en incorporarlo a sus programas. Los avances en tecnología, transporte, comunicaciones, etc. trajeron consigo un gran número de problemas que no se podían resolver fácilmente y, cada vez se recurría más a los especialistas en I.O. para dar respuesta a estos nuevos situaciones. Con los años la I. O. se formalizó y hoy día se conoce como Escuela de la ciencia de la administración.

Este cambio representó una forma totalmente nueva de concebir la dirección de las empresas. Los complejos modelos matemáticos y las computadoras hicieron que el

pronóstico del futuro sobre la base del presente y el pasado se convirtiera en una práctica habitual (sobre todo en el área financiera). Cabría criticar que esta tendencia a la modelización extrema fomenta el hecho de que solo se conceda importancia a los aspectos de la organización que se pueden representar con cifras, olvidándose en algunos casos de las personas y las relaciones humanas.

Por otro lado, durante los primeros años tampoco se le dio importancia a la investigación y a los programas de doctorado en administración de empresas. Se trataba de una ciencia nueva basada en la Economía, pero centrada en la administración práctica de la empresa. Pocos eran los profesores que dedicaban su tiempo a investigar y escaseaban los doctores en los claustros.

El desarrollo de la empresa y de sus áreas funcionales, así como el de la propia ciencia de la administración, ha ido permitiendo a lo largo de los años la investigación por parte de los profesores, y el desarrollo de teorías y modelos que han ido configurando el rigor y la base de dicha ciencia. Hoy en día, las mejores universidades y escuelas de negocio, han sabido solucionar este problema y han podido encontrar el equilibrio dentro sus claustros, entre el profesor doctor que aporta rigor académico e investigación, y el profesor que contribuye a la formación con su experiencia profesional.

En definitiva, la universidad española posee los recursos y las capacidades necesarios para ofrecer un nuevo título de grado en dirección y creación de empresas, así como una tradición docente e investigadora formada a lo largo de las últimas décadas. Es el momento de afrontar este nuevo grado con las fortalezas que nuestros recursos y capacidades nos proporcionan.

4. CONCLUSIONES

El objetivo que nos planteábamos al inicio del presente trabajo era la necesidad de adoptar una actitud estratégica, ante el desafío que presenta el nuevo espacio de educación superior, a la hora de plantear la nueva oferta académica de las universidades españolas. Sin lugar a dudas nos encontramos ante un entorno competitivo. A partir del año 2010 los estudiantes podrán elegir entre distintas universidades, de diferentes países, en las que poder estudiar un amplio abanico de títulos de grado. Esto obliga a las universidades a presentar productos atractivos y especializados, ya que van a tener que competir para captar la atención del alumno. Nunca antes la universidad había tenido la necesidad adoptar esta actitud ni de estar tan cerca de la realidad socioeconómica de cada país.

El grado en dirección y creación de empresas pretende dar respuesta a esta inquietud, siendo para el alumno una opción muy abierta y completa. La creatividad, las nuevas ideas, la innovación, etc. deben desarrollarse constantemente. El espíritu emprendedor es la fuerza que impulsa el nacimiento de empresas y el crecimiento económico, haciendo posible el desarrollo de los países y el bienestar de la sociedad. La regeneración del tejido empresarial debe ser constante en las economías de nuestro tiempo.

A la vista del estudio realizado consideramos que en los primeros años es preciso que los estudiantes adquieran conocimientos teóricos de diversas materias relacionadas con las áreas funcionales de la empresa (dirección y organización, marketing, finanzas, contabilidad, producción, etc.) y desarrollen competencias y habilidades prácticas, lo que les permitirá conocer el funcionamiento de los distintos departamentos de la organización. Con ello adquieren una visión de conjunto de la empresa, lo que les permitirá abordar los problemas de gestión que puedan surgir en cada una de las áreas funcionales. Finalmente deberían recibir en su último período de formación, las herramientas necesarias, tanto para crear una empresa como para dirigir la empresa familiar.

Desde la universidad debemos apostar por formar profesionales con una correcta actitud ante el trabajo, dispuestos a asumir compromisos y responsabilidades, desarrollar sus capacidades de curiosidad, creatividad y atrevimiento por emprender un proyecto en equipo, así como el desarrollo de una mente analítica que le permita planificar, analizar y estructurar la gran cantidad de información que nos rodea hoy en día.

Se ha demostrado la necesidad de desarrollar competencias de diversa índole en el estudiante. Por un lado, competencias transversales, iguales para todos los titulados superiores (instrumentales, personales y sistémicas), y por otro, las específicas para cada titulación, con el fin de dotar al alumno de las herramientas necesarias para dar respuesta a las exigencias del mercado laboral actual. Los alumnos titulados en creación y dirección de empresas deberán poseer una alta capacidad para planificar y organizar, así como de análisis y síntesis para poder afrontar con rapidez la toma de decisiones y la resolución de problemas. La comunicación oral y escrita se hace imprescindible para poder desempeñar el papel de líderes empresariales.

Hoy día el concepto de organizaciones flexibles y dinámicas capaces de adaptarse a los bruscos cambios del entorno, hacen imprescindible la adaptación de las personas a grupos interdisciplinarios de trabajo, que busquen objetivos comunes e incrementen sus fuerzas por dicha unión. Un directivo moderno, además, debe ser capaz de trabajar en entornos bajo presión, adoptar un compromiso ético y social para con la sociedad en la que está inmerso, y reconocer la diversidad y multiculturalidad de la sociedad actual.

En definitiva, el nuevo título de grado en dirección y creación de empresas logra el doble objetivo de responder a los retos que plantea el entorno, aprovechando las oportunidades externas, y ofrecer una formación de calidad, explotando los puntos fuertes internos de la institución universitaria. Se presenta así una titulación necesaria hoy en día, desde el punto de vista de la sociedad en general, y de la economía y las empresas en particular. Al mismo tiempo el nuevo título en dirección y creación de empresas es interesante para el alumno, por las inmensas posibilidades que le ofrece la formación recibida, por su carácter abierto y general, pero a la vez riguroso y metódico, que permitirá al estudiante afrontar con éxito los nuevos retos de una economía globalizada.

Como línea de investigación futura nos parecería interesante realizar el mismo modelo de análisis en otras áreas de conocimiento y otros títulos de grado con el

objeto de poder aplicar una actitud estratégica a toda la oferta académica de la universidad, lo que supondría una recomendación altamente provechosa.

Somos conscientes de la existencia de ciertas limitaciones en el estudio realizado. Nos encontramos ante un momento de gran incertidumbre en el ámbito universitario donde convergen diferentes posturas y puntos de vista discrepantes.

Este artículo se terminó de escribir el 17 de junio de 2008.

López-Cózar, C. y Priede, T (2008): La necesidad de un enfoque estratégico ante el planteamiento de los nuevos grados en el área de administración y dirección de empresas. *Red U. Revista de Docencia Universitaria*, número 3. 1 de junio de 2009. Consultado (día/mes/año) en http://www.um.es/ead/Red_U/3/

REFERENCIAS

ANECA (2005): Libro blanco de economía y empresa. CONFED.

Benito, A y Cruz, A. (2005). Nuevas claves para docencia universitaria. Madrid: Narcea.

Comisión de las Comunidades Europeas (2003). Pensar a pequeña escala dentro de una Europa unida y ampliada. Com (2003) 26 final.

Guerras, L.A. y Navas, J.E. (2007). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones (4ª edición). Navarra: Thomsom Civitas.

Koontz, H. y Weihrich, H. (2008). Administración. Una perspectiva global (13ª edición). México: McGraw-Hill.

Light, J.O. (2008). Pasado, presente y futuro de las escuelas de negocio. El futuro de la formación empresarial. Revista de Antiguos Alumnos IESE, marzo.

Ministerio de Economía (2002). Las PYME en España 1996/2000. Madrid

Pricewaterhousecoopers (2007). Informe sobre la empresa familiar en España 2007.

Quintana Navío, J. (2007). La internacionalización de la empresa española. Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía, 839, 113-120.

Robbins, S. y Coulter, M. (2006). Administración. Méjico: Prentice Hall.

Rué, J. y De Corral, I. (2007, febrero). Significados de la “formación docente” en las universidades españolas en el marco del EEES. Red U. Revista de Docencia Universitaria, 2, 2-23. Consultado (03/05/2008) en http://www.redu.m.es/Red_U/2.

Suárez Suárez, A. (1994). Curso de economía de la empresa. Madrid: Pirámide.

Stoner, J, Freeman, R. y Gilbert, D. (2006). Administración. Méjico: Prentice Hall.

Fuentes electrónicas:

CEFIE - Centro Empresa Familiar e Iniciativa Emprendedora (en línea, consultado 03/06/2008)

<http://www.iese.edu/es/RCC/IEEF/HomeEFIE/EFIE-CentroEmpresaFamiliarIniciativaEmprendedora.asp>

Comisión de las Comunidades Europeas (2003) (en línea, consultado 28/05/2008)

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme-package/doc/com26_es.pdf

Eurostat. (En línea, consultado 05/06/2008),

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&_dad=portal&_schema=PORTAL

Global Entrepreneurship Monitor. (en línea, consultado 27/03/2008),

http://www.ie.edu/gem/WF_Proyecto.aspx

Instituto de Empresa Familiar (en línea, consultado 24/04/2008),

<http://www.iefamiliar.com>

Instituto Nacional de Estadística (INE). DIRCE. Notas de prensa publicadas (en línea, consultado 28/05/2008),

<http://www.ine.es/prensa/prensa.htm>

World Economic Forum, *Global Competitiveness Report*. 2007. (Documento en línea, consultado 05/06/2008),

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>

¹ El estudio está publicado en la página web:

<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>

² La definición de PYME a efectos de la normativa comunitaria vigente es: empresas con menos de 250 empleados, volumen de facturación inferior a 50 millones de euros, balance inferior a 43 millones de euros y no estar participada en más de un 25% por una gran empresa. Se consideran como microempresas aquellas que tienen menos de 10 empleados, un volumen de negocio igual o inferior a 7 millones de euros y un balance neto inferior a 5 millones de euros. (Recomendación de la Comisión Europea de 6 de mayo de 2003).

³ Lógicamente, entre los datos citados anteriormente acerca de las PYME se encuentran empresas familiares.

⁴ El Instituto de la Empresa Familiar es una asociación sin ánimo de lucro que representa en España a 104 empresas familiares con un volumen de facturación media de 150.000 millones de euros.

⁵ El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) es un observatorio internacional sobre la actividad emprendedora que ha alcanzado un mayor grado de desarrollo en el panorama científico que existe sobre esta materia en el mundo. Se inicia en el año 1999 y cuenta con más de 50 países asociados, entre los cuales figura España desde el año 2000.

⁶ Master in Business Administration (MBA)

⁷ Fuente: <http://www.ua.es/es/internet/listado.htm> (actualizado a mayo de 2007)