



¿Nacen Empresas de las Actividades de Fomento al Espíritu Emprendedor ?

Un vistazo a empresas surgidas del Concurso Nacional de Emprendedores y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor del Instituto Tecnológico De Costa Rica.

Juan Carlos Leiva Bonilla
jleiva@itcr.ac.cr

Profesor e investigador de la escuela de Administración de Empresas del TEC y coordinador de su Programa de Emprendedores. Obtuvo su Master en Economía y Desarrollo Industrial con énfasis en pymes por la Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires, Argentina. Licenciado en Administración de Empresas por el Instituto Tecnológico de Costa Rica.

En muchos países se hacen esfuerzos por incrementar la creación de empresas entre sus habitantes con el fin de que la sociedad obtenga los beneficios (creación y distribución de riqueza, innovación, regeneración del tejido empresarial, creación de empleo, etc.) asociados con el espíritu emprendedor (Kantis et al, 2004, p.11). Estos esfuerzos, en pro del emprendimiento empresarial, deben ser medidos y evaluados con el objetivo de tomar decisiones que mejoren el impacto obtenido.

En Costa Rica, dos esfuerzos son el

Concurso Nacional Emprendedor (CNE) y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor (PFEE), que organiza el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR). En ellos, uno con carácter competitivo y el otro no, se incentiva a que personas poseedoras de una idea desarrollen un plan de negocio como elemento de planificación previo al arranque de la empresa.

En este estudio se buscó determinar y caracterizar el número de empresas creadas a partir de dichos esfuerzos. Especifica-

La razón mas citada para tener su propia empresa es de índole personal, el entorno del emprendedor (familia, cultura, amigos, instituciones de apoyo, sistema educativo, financiamiento) es poco mencionado.

mente se establecen cuales fueron las fuentes de donde surgieron las ideas de negocios de las personas que crearon su empresa, se indagó sobre su percepción sobre los principales obstáculos y facilidades para la creación de empresas en el país y su percepción sobre el papel del CNE o del PFEE en su decisión de implementar su idea de negocio.

Para lo anterior se presenta un breve repaso teórico, posteriormente se describe el modelo utilizado, los resultados más importantes, conclusiones, así como aportes y expectativas que se generan a partir del artículo.

REVISIÓN TEÓRICA Marco conceptual general

Diversos autores han tratado al espíritu emprendedor como un campo de estudio en construcción, en el cual ni siquiera existe una definición básica (Shane y Venkataraman, 2000, p.218) que abarque la gran diversidad de temáticas que, como señala Gartner (2001, p.30) se puede, o algunos intentan, incluir como componentes del campo de estudio del espíritu emprendedor¹ (por ejemplo creación de empresas, características de los creadores, búsqueda y evaluación de ideas de negocios, capital de riesgo y financiamiento de nuevas empresas, empresas familiares, estrategia de pequeñas y medianas empresas, empresas de acelerado crecimiento, ciclo de vida empresarial, espíritu emprendedor corporativo, espíritu emprendedor social, relación entre espíritu emprendedor con el desarrollo económico, entre otros).

Partiendo del consejo del mismo Gartner (2001, p.35) en cuanto a que todo estudio del espíritu emprendedor debe explicitar desde cual basamento se parte y utilizando los seis aspectos sugeridos por Low y Macmillan (1988, p.140) para hacer esto, las siguientes líneas llevan por objeto ubicar al lector en el marco teórico del presente artículo.

El primer aspecto que debe establecerse es el objetivo de la investigación. Existen diversos tipos de objetivos, lo cual explica, por ejemplo, porque algunos estudios toman al espíritu emprendedor como el proceso de

generación y oportunidades de nuevas ideas o negocios aunque eso no conlleve una nueva empresa (Shane y Venkataraman, 2000, p.218) mientras que otros autores lo asocian a la creación de nuevas empresas y cómo esto influye en el progreso económico (Low y Macmillan, 1988, p.141) o al proceso creador subyacente a toda nueva empresa (Gartner, 2001, p.30).

El segundo aspecto que recomiendan Low y Macmillan (1988, p.142) es definir la perspectiva teórica desde la cual parte la investigación. Ellos definen dos perspectivas: adaptación estratégica y la ecología de las poblaciones. La primera asume que el fenómeno emprendedor se guía por una conducta estratégica adaptativa, en la cual la persona emprendedora identifica oportunidades, desarrolla estrategias, organiza recursos y toma iniciativas que le permiten sobrevivir en un contexto dado. En esta línea se ubican los estudios dirigidos a identificar factores de éxito de los emprendedores (por ejemplo cierto tipo de habilidades, contar con un plan de negocios, obtener financiamiento, experiencia previa). La segunda propugna que el entorno es quien en definitiva, bajo una óptica de selección natural, dirá cuales empresas son las que sobreviven (por ejemplo Greenfield y Strickon, (1981) dan una visión Darwinista al proceso creador de empresas).

Un tercer aspecto es el enfoque investigativo. Al respecto Low y Macmillan (1988), Gartner (1988), Gibb y Ritchie (1982) así como Fayole y Bruyat (2002) reconocen diversos tipos.

En este sentido puede afirmarse que el estudio del espíritu emprendedor puede abordarse con distintos prismas. Desde una perspectiva de índole económica hasta una interdisciplinaria, los diferentes enfoques varían en cuanto a los factores sobre los cuales se analiza el fenómeno emprendedor.

Por ejemplo, Fayole y Bruyat (2002, p.3) señalan que la perspectiva económica se ha concentrado históricamente en analizar el rol del emprendedor en su contexto económico y social (el que), mientras que las ciencias

humanas se han abocado a los aspectos personales (quién y por qué), al tiempo que las ciencias de la organización se enfocan al proceso (cómo).

En la perspectiva económica, se parte del supuesto que los mismos elementos que explican el crecimiento y desarrollo económico estimulan el desarrollo de nuevas empresas. Bajo esta óptica, un contexto económico debe proveer incentivos (en forma de oportunidades comerciales) y financiamiento para que el espíritu emprendedor surja. Es así como en mercados en crecimiento se produce un círculo virtuoso en el cual existe demanda creciente, nuevas oportunidades para los emprendedores y disponibilidad de ahorros para financiar los nuevos emprendimientos. Por el contrario, economías estancadas o en recesión provocan un efecto opuesto, originándose consecuentemente un círculo vicioso el cual se agrava más cuando el sistema financiero es imperfecto.

Como se puede apreciar, esta corriente de pensamiento tiende más a considerar al emprendedor como un tomador de decisiones (ser empleado o independiente) dentro de un ambiente económico, sin que los atributos de personalidad del mismo individuo sean un factor explicativo del proceso en cuestión (Fayole y Bruyat, 2002, p.3).

Como se mencionó, en el otro extremo del enfoque analítico existen visiones no económicas, que han ampliado el eje de la observación para tratar de describir como funciona el proceso de creación de empresas. Asimismo, debe mencionarse que es válido bifurcar esta visión no económica en dos vertientes (Gartner, 1988, p.12): la de rasgos o psicológica (buscan entender el quién y por qué) y la de proceso o conductual (el cómo).

La visión de rasgos o psicológica, se ha concentrado históricamente en tratar de dilucidar los rasgos o características intrínsecas que "marcan" a un emprendedor. Bajo este concepto el emprendedor tiene condiciones innatas que lo predeterminan como tal, y su apoyo solo puede ser de forma marginal. Estas condiciones se definen como necesidad >>

¹ Parte de esa riqueza conceptual ha sido las múltiples traducciones y usos que se aprecian en la literatura en español a términos como espíritu emprendedor, espíritu empresarial, emprendeduría, emprendedorismo y empresariedad.

Las ideas de negocios surgieron principalmente de experiencias personales relacionadas con estudios y trabajos anteriores.

>> de logro, independencia, locus de control, autoconfianza, pensamiento intuitivo y orientación a la acción (Gibb and Ritchie, 1982, p.27 citando a McClelland). En síntesis, este enfoque propone que es un proceso un tanto subconsciente (en la búsqueda de oportunidades) y de “selección natural” (Gibb and Ritchie, 1982, p.27).

En la otra corriente analítica de tipo no económica, se encuentran los que consideran que el emprendedor se hace. Estos analistas estiman que el proceso emprendedor es multi variado y complejo con factores contextuales determinantes en la toma de decisiones del emprendedor (Gartner 1988; Shapero 1978, Gibb y Ritchie, 1982).

Los diversos autores que analizan el fenómeno emprendedor con una lógica conductual lo hacen desde diversas perspectivas (describir el proceso de creación, elucidar los factores de éxito, diferencias espaciales en las tasas de creación de empresas, papel que juegan las redes y nexos personales, etc.), pero todos ponen el énfasis en aspectos de índole contextual como explicativos del acto emprendedor.

Dicho en palabras de Gartner (1988, p.11), se intenta descifrar tanto el proceso de baile como el bailarín inmerso en el mismo, o en palabra de Gibb y Ritchie (1982, p.30), la creación de empresas es un proceso social llevado a cabo por individuos que se “hicieron” a través de las distintas relaciones e influencias sociales ocurridas a lo largo de su vida.

Dentro de esta línea temática, Shapero (1984) define que el acto emprendedor es complejo y no puede explicarse por un único

factor. Por definición, es la culminación de un proceso único y personal, que está influido por aspectos culturales, económicos, sociológicos y psicológicos.

Adicionalmente, en tiempos recientes cabe agregar el enfoque de redes como una alternativa explicativa del fenómeno emprendedor. En esta corriente analítica, la variable básica sobre la cual reposa el estudio del fenómeno es la integración de redes (networks) y el uso que la persona emprendedora hace de ellas (Johannisson, 1998), entendiendo



como red al conjunto de relaciones sociales y económicas que vinculan a un grupo de individuos.

El nivel de análisis, cuarto aspecto del marco conceptual sugerido por Low y Macmillan (1988), puede ser individual, grupal, organizacional, industrial y social.

En este aspecto, interesa determinar cuál es el “factor detonante” que hace a una persona pasar a la acción en cuanto a un emprendimiento se refiere. Este factor detonante,

denominado en diversos estudios como desplazamiento, ha sido explicado de diversas formas. Un pionero de este enfoque es Shapero (1978, p.188) quien dividió los desplazamientos en negativos (despidos, insatisfacción en el trabajo, migración forzada, crisis personales) versus positivos (aprovechamiento de una oportunidad). Más autores han profundizado el tema, buscando otras aristas que puedan explicar el desplazamiento de los emprendedores (experiencia en Storey 1984).

El quinto aspecto por considerar es el marco temporal, entendido como el proceso de evolución de una empresa a través de diversas etapas o fases, es decir el ciclo de vida. Este concepto posee varios años de desarrollo desde que autores seminales como Maire y Chandler lo plantearan en los años 1959 y 1962 respectivamente (Smith, et al, 1985, p.801; Miller y Friesen, 1984, p.1161).

A partir de ese momento, diversos autores han estudiado desde diferentes perspectivas el patrón de desarrollo de una empresa (Hanks et al, 1993, p.7).

En primer lugar, existe una serie de estudios que pueden definirse como pioneros, los cuales buscaron establecer un ciclo de vida con sus respectivas fases o etapas así como sus variables de análisis. Para ello fueron modelando como las empresas “atravesan” cada una de dichas fases (Lippitt y Schmidt, 1967;

Greiner, 1972; Adizes, 1979; Kimberly y Miles, 1980, Galbraith, 1982).

Debe notarse que estos estudios fueron conceptuales y enfocados a grandes empresas, no usaron metodología empírica (Rutherford et al, 2003, p.323; Miller y Friesen, 1984, p.1161), ni lo aplicaron a pymes (el estudio de Galbraith si es para pymes)

En lo que respecta a creación de empresas también se ha intentado definir un ciclo de vida. En esa corriente, por ejemplo, Gibb y

Ritchie (1982, p.31) establecieron que existen seis etapas del proceso: adquisición de la motivación, búsqueda de la idea, validación de la idea, identificación de los recursos, negociación para crear la empresa y nacimiento de la empresa. Según Reynolds et al (1994, p.445) pueden distinguirse tres fases, a saber, concepción; gestación y nacimiento; infancia y crecimiento. Por su lado Gibb y Ritchie (1982, p.31) identifican un proceso creador de empresas compuesto por seis etapas, pero catalogan a este proceso como “de idas y vueltas”, irregular y sujeto a constante retroalimentación. Las seis fases en cuestión son adquisición de la motivación; búsqueda de la idea; validación de la idea; identificación de los recursos; negociación previa a la entrada; nacimiento y supervivencia.

Por su lado, más recientemente, los investigadores del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2006) establecieron un modelo de análisis compuesto por tres etapas: concepción, nacimiento y persistencia. Cada uno de estas etapas está asociada, respectivamente, con un tipo de emprendedor: naciente (tiene hasta 3 meses de actividad), propietario gerente de una actividad nueva (hasta 3,5 años de actividad) y propietario gerente de una actividad consolidada (más de 3.5 años).

Por su lado Kantis et al (2004, p.8) en sus investigaciones para el Banco Interamericano de Desarrollo establecen un modelo de tres etapas: gestación, puesta en marcha y desarrollo inicial.

Cada uno de los modelos posee factores internos que explican el paso por cada etapa y han sido utilizados en diversos estudios empíricos. Vale resaltar además que, tanto los expuestos como otros más existentes, señalan que el traslado entre cada una de las etapas de sus modelos no siempre es lineal, regular y predecible, ergo existen idas y venidas así como diferencias en cada caso.

Finalmente el sexto aspecto por explicitar es la metodología, punto que será tratado en otro apartado.

Este pequeño sobrevuelo por la teoría básica del espíritu emprendedor lleva como objetivo hacer ver al lector la gran diversidad de factores que influyen en esta temática, ya sea entendida como creación de empresas o no.

Utilizando el marco conceptual anterior como referencia, la pregunta de fondo que orienta nuestra investigación es: ¿cuáles factores, de diversa índole, influyen para que una persona tome la decisión de crear su propia empresa en un contexto dado?

Marco conceptual específico del estudio

En la presente investigación se parte de una definición de espíritu emprendedor entendido como el proceso creador de empresas y los factores personales y contextuales que influyen en él, siguiendo para ello una perspectiva teórica de adaptación estratégica

El enfoque predominante será ecléctico en cuanto a los componentes del análisis (tomando en consideración los aportes y desventajas que cada enfoque posee), pero guiado por la visión conductual y contextual.

El nivel de análisis será individual, ubicado en la primera fase de un ciclo de vida emprendedor, en el cual se produce la gestación y puesta en marcha inicial (Kantis, 2004). El cuadro 1 resume el marco conceptual específico de este estudio.

DISEÑO METODOLÓGICO

El estudio se define como exploratorio y descriptivo, pues se imbuje en una situación desconocida parcialmente y busca describir un proceso creador. Se parte de un enfoque que utiliza el método deductivo sustentado en evidencia empírica.

A partir de la revisión bibliográfica y el modelo conceptual seleccionado, se procedió a contrastarlo con la realidad del contexto costarricense. Vale señalar que se adoptó el concepto de Kantis et al (2004, p.25) respecto a sistema de desarrollo emprendedor, entendido como los factores sistémicos que influyen en el desarrollo de emprendedores en un contexto determinado.

Preguntas de investigación orientadoras

Con base en el modelo conceptual, en conjunto con los objetivos planteados, se esbozaron las siguientes preguntas de investigación.

Determinación y caracterización básica de las personas

1. De las personas participantes en el CNE y del PFEE, ¿cuántas crearon su propia empresa o están haciéndolo?
2. ¿Cuáles características demográficas presentan las personas?

Etapas de gestación

3. Motivación preliminar. ¿Cuáles motivaciones lo llevaron a tener empresa propia? ¿Cuáles elementos del sistema de desarrollo emprendedor influyeron?
4. Identificación de la idea de negocio. ¿Cuál fue la fuente de la idea de negocio?
5. Análisis previo al lanzamiento. ¿Qué papel jugó el CNE y el PFEE en el análisis previo al lanzamiento? ¿Algún otro as >>

Cuadro 1
Marco conceptual de la investigación

Objetivo	Espíritu emprendedor como proceso creador de empresas
Perspectiva teórica	Adaptación estratégica.
Enfoque investigativo	Conductual y contextual
Nivel de análisis	Individual
Marco temporal	Etapas inicial de una empresa: gestación y puesta en marcha inicial

Fuente: adaptación propia a partir de Low y Macmillan.

>> pecto del sistema de desarrollo emprendedor influyó o apoyó en el análisis?

Etapas de puesta en marcha

6. La decisión de emprender. ¿Cómo toma la decisión final de emprender? ¿Qué papel jugó el CNE y el PFEE en esta? ¿Algún otro aspecto del sistema de desarrollo emprendedor influyó?

7. El acceso a los recursos. ¿Dé que forma accedió el emprendedor a los recursos financieros y no financieros?

Una vez definidas las preguntas orientadoras se elaboró una matriz de relaciones entre objetivos, modelo conceptual, preguntas orientadoras y variables con el fin de establecer los parámetros para la medición del fenómeno bajo estudio.

Recolección y tratamiento de la información

De acuerdo con los registros históricos de los PFEE y CNE, que datan desde 1996, en estos eventos han participado 663 personas o grupos de ellas. Para efectos de la investigación se tomó en cuenta una persona por proyecto cuando se trataban de grupos de socios con una misma idea de negocio.

A partir de dicha información, se procedió a efectuar un censo telefónico mediante el cual se logró contactar completamente a 131 personas en un lapso de 9 meses. Con esta información se detectó tres grandes grupos: emprendedores activos (EA) (aquellos que ya tienen su empresa funcionando), emprendedores nacientes (EN) (quienes están haciendo gestiones pero no han iniciado como empresa formal) y no emprendedores (NE) (personas que no tienen su empresa ni planean hacerlo en el corto o mediano plazo).

La recolección de la información se efectuó mediante un cuestionario diseñado para tal fin. En el caso de los EN y NE se recolectó la información disponible con miras a usarla como grupo de control. La vía de recolección de dichos cuestionarios fue por teléfono y correo electrónico.

EL PROCESO DE NACIMIENTO EMPRESARIAL

Características generales de las personas contactadas

En este estudio, como fue señalado, se logró contactar a 131 personas, de las cuales

68 habían participado en el PFEE y 63 en el CNE.

Analizando los datos generales del total de entrevistados por grupo de edad, en términos generales, se nota una predominancia de personas entre 25 y 34 años, seguido por entre 35 y 44. Vale resaltar la baja participación de personas menores de 25 años. En cuanto al sexo de las personas que respondieron el cuestionario, 53% fueron hombres y 47% mujeres. Por zona de residencia, una mayoría notoria, 89%, es del área metropolitana. Por nivel educativo, se halló que el 94% son universitario e incluso un 15% con nivel de postgrado. Relacionado con educación se obtuvo que, un 43% posee formación en alguna ingeniería y 25 % en ciencias económicas. Finalmente, vale señalar que el 73% de las personas encuestadas

concluyó el programa ya fuera del PFEE o del CNE. Como se describió, en las secciones iniciales, el PFEE es un programa lectivo y en el caso del CNE se brinda una fase de capacitación, por lo cual se interrogó sobre si había concluido el programa.

Presencia de emprendedores activos, nacientes y no emprendedores

Un número de 49 personas, del total de entrevistadas, son propietarias de su empresa, 46 la están planeando y 35 no la poseen ni planean hacerlo en el corto plazo. Acorde a la metodología planteada se tiene que el 36% se clasifica como emprendedor activo (EA), 34% como emprendedor naciente (EN) y 26% no emprendedor (NE).

Acciones que están ejecutando los emprendedores nacientes

Los emprendedores nacientes están tomando poco riesgo relativo. Los EN, mayoritariamente, están llevando más capacitaciones

o realizando planes de negocios (cuadro 2). Es importante notar que estas actividades, por su naturaleza, son formas menos “intensas” o riesgosas de planear un futuro emprendimiento, comparado con las opciones de obtener un préstamo o iniciar operaciones en pequeña escala. Esto nos lleva a considerar que los emprendedores nacientes encuestados están, relativamente, tomando poco riesgo.

Razones para no tener empresa de los no emprendedores

Las razones para no emprender son de carácter personal más que contextual. Entre los NE existen diversas causas para no haber emprendido, siendo la más mencionada los aspectos personales (pérdida de interés, aver-

Cuadro 2

Acciones que han ejecutado los emprendedores nacientes Absoluto y porcentual. Opciones múltiples

Acciones que ha ejecutado	Personas	Porcentual
Ha llevado más capacitación	30	64
Hizo o le hicieron un plan de negocios	21	45
Obtuvo un préstamo	8	17
Opera en pequeña escala	14	30
Otra	11	23

sión al riesgo y surgimiento de mejores oportunidades laborales o profesionales) como se aprecia en el cuadro 3. Vale observar que las otras causas de índole contextual, como la falta de acceso al crédito o a otros recursos, tuvieron bajos niveles de mención. Con esto queda claro que las causas para no emprender en los NE del estudio son más de índole personal, que del entorno de creación de empresas.

Es interesante hacer notar que no se halló relación entre la conclusión del curso y la creación de empresas. El porcentaje de quienes no terminaron son bastantes similares, incrementándose un poco en los NE. Estos datos no muestran una relación entre la conclusión del programa y la creación de empresas. Para ampliar este aspecto se efectuó una prueba de chi cuadrado que confirmó la inexistencia de relación significativa entre las variables.

Las fuentes de recursos para el inicio de la empresa son personales

Características demográficas de los emprendedores activos

Se analizan factores como edad, sexo, educación y zona de residencia de los EA, con el fin de detectar si se presentan diferencias importantes que ayuden en la comprensión del fenómeno bajo estudio.

En cuanto a rango de edad, no se halló diferencias significativas en la creación de

medio fue de 36 años). Por su lado Reynolds (1997; p.453) y Gibb and Ritchie (1982; p.35) señalan que, en sus estudio para los Estados Unidos de América (EUA) e Irlanda respectivamente, predominaron emprendedores entre 25 y 35 años. Finalmente el GEM (2006; p.4) señala una concentración de emprendedores nacientes en la edad de 25 a 34 años y de emprendedores activos entre los 45 y 54.

Puede pensarse entonces que en el caso de los EA estudiados, la distribución de rangos de edad (excepto

se nota mayor presencia de mujeres, específicamente en los EN hay presencia casi equivalente, mientras que en los NE hay mayoría de mujeres.

En virtud de lo anterior, pareciera que hay mayor tasa de creación de empresas entre hombres, aunque el estudio no ahondó en algún análisis que permita correlacionar estas dos variables, de sexo y creación de empresas. No obstante, este hallazgo coincide con otros estudios Kantis (2004; p.39), Tiffin (2004, p.270), GEM España (2006, p.48) en señalar esa menor proporción de emprendimientos femeninos.

Cuadro 3
Principal razón alegada por los no emprendedores para no tener su propia empresa. Absoluto y porcentual.

Razones	Personas	Porcentual
Dificultades de mercado	2	6
Faltó apoyo de entorno personal	0	0
No tuvo acceso a crédito	4	11
No tuvo acceso a otros recursos	0	0
Aspectos personales	22	63
Dificultades de trámites y permisos	0	0
Otras	7	20
Total	35	100

empresas por este factor. En los EA hay similar presencia de tres rangos de edad como se aprecia en el cuadro 4. Por su lado en los EN hay una concentración (48%) entre 25 y 34 años mientras que en los NE se nota una concentración mayor (65%) en ese mismo rango de edad. De los datos analizados no se puede decir que haya diferencias significativas en la creación de empresas asociadas con la edad de los emprendedores.

Este resultado difiere de otros, en los cuales si hay concentración de emprendedores activos (usando como referencia de ello casos exitosos) en algunos rangos de edades. Por ejemplo Kantis (2004; p.41) encontró que los emprendedores latinoamericanos más dinámicos de su estudio abrieron sus empresas cuando tenían entre 31 y 45 años (el pro-

los menores de 25 años) no ha marcado mayor diferencia en la creación de empresas, contrario a lo sucedido en otros contextos.

El tema de las personas menores de 25 años debe llamar a la reflexión, dado el interés de diversas instituciones educativas, entre ellas el ITCR, de propiciar la creación de empresas entre personas jóvenes.

El emprendimiento empresarial es más frecuente entre los hombres

En cuanto a sexo, en los EA hay mayoría de hombres (61,2%). En los otros dos grupos

Cuadro 4
Tipos de emprendedores distribuidos por edad Absoluto y porcentual

Rango de edad	Tipo de emprendedor			
	EA	EN	NE	
Menos de 25	Total	1	6	5
	Porcentual	2,0	12,8	14,3
Entre 25 y 34 años	Total	17	23	23
	Porcentual	34,7	48,9	65,7
Entre 35 y 44 años	Total	15	11	5
	Porcentual	30,6	23,4	14,3
45 o más años	Total	16	6	2
	Porcentual	32,7	12,8	5,7
No responde	Total	0	1	0
	Porcentual	0%	2,1%	0%

Los emprendedores activos son mayoritariamente universitarios, pero la variable educación no marcó diferencias entre emprendedores

En los EA, la mayoría (73,5%) poseen educación universitaria, incluso un porcentaje significativo (18,4%) tienen postgrados. No obstante, en los otros dos grupos no hay mayor diferencia en esta composición, >>

>> lo cual induce a pensar que la variable educación no marcó diferencia en la decisión de crear su propia empresa.

Al respecto, vale señalar que el GEM (2006, p.7) y Kantis (2004; p.45) señalan que tasas elevadas de educación propician mayores y mejores niveles de emprendimiento.

La motivación para emprender más señalada es de carácter personal (necesidad de logro y deseo de independencia) y el sistema de desarrollo emprendedor (familia, amigos, cultura, gobierno, sistema educativo, sistema financiero) influyen poco en dicha motivación.

Es importante indicar que esta sección se basa en el análisis de los EA. Dentro de ese grupo (49 en total) se obtuvieron 40 cuestionarios, dado que 9 de las personas que manifestaron poseer su empresa no respondieron las preguntas correspondientes a dicha sección.

La motivación para emprender más señalada (73,5%) fue la de carácter personal (necesidad de logro, deseo de independencia, aplicación de conocimientos), seguida de aprovechar una oportunidad y contribuir a la sociedad, que fueron mencionadas por poco más de la mitad de los encuestados (véase cuadro 5).

Asimismo, es interesante notar la baja proporción de menciones que obtuvieron las opciones de “ser millonario”, influencia de familia o amigos y del sistema educativo.

Este resultado coincide con la mayoría de estudios internacionales en señalar que las motivaciones para emprender van más allá de

vación empresarial, lo cual podría asociarse con un ambiente económico (otro componente del sistema de desarrollo emprendedor) relativamente generador de oportunidades empresariales.

Ahondando en el impacto del sistema de desarrollo emprendedor, se consultó a los EA

Cuadro 5

Motivaciones para tener su empresa entre los Emprendedores Activos
Absoluto y porcentual. Opciones múltiples (n = 40)

Motivaciones	Si	No
Aspectos personales	36 73,5	4 8,2
Contribuir con la sociedad	29 59,2	11 22,4
Aprovechar una oportunidad	25 51,0	15 30,6
Influencia de familia o amigos	14 28,6	26 53,1
Ser millonario	8 16,3	32 65,3
Influencia del sistema educativo	5 10,2	35 71,4
Otras razones	6 12,2	34 69,4

los asuntos meramente económicos (Kantis, 2004; p.42), sobretodo cuando se habla de emprendimientos por oportunidad más que por necesidad (GEM, 2006, p.7)

Bajo el marco analítico seleccionado, puede verse como la influencia del sistema de desarrollo emprendedor costarricense (cultura, familia, amigos, modelos de rol, sistema educativo, instituciones de apoyo, sistema financiero, redes personales) en general, pareciera haber influido poco en el proceso de gestación de estas empresas.

Quizás puede rescatarse que más de la mitad de las personas mencionaron el hecho de aprovechar una oportunidad como moti-

si alguien los había ayudado a valorar previamente su idea de negocios antes de convertirla en una empresa. Al respecto, como se aprecia en el cuadro 6, solamente un 22,4% de ellos manifestó haber recibido apoyo del sistema educativo. No obstante hay que recordar que el estudio está enfocado en personas que cursaron un programa o participaron de un certamen organizado por una universidad pública, por ende este resultados es esperable e incluso podría decirse que debería haber sido mayor.

Los restantes componentes del sistema de desarrollo emprendedor obtienen bajos niveles de mención e incluso nótese como, en



el caso de las entidades financieras ninguna emprendedor considera haber recibido apoyo de su parte en la valoración inicial de su negocio.

Las fuentes de ideas de negocios más importantes fueron las experiencias personales relacionadas con estudios y los contactos personales

Es interesante notar como existe gran variedad entre las fuentes de estas ideas (cuadro 7). En este sentido la mayoría mencionó como la principal, experiencias personales relacionadas con sus estudios (22,4%), aunque muy de cerca también fueron mencionadas las opciones de contactos personales (18,4%) y experiencias personales relacionadas con el trabajo (16,3%).

Si se compara este resultados con otros obtenidos en investigaciones efectuados en

Cuadro 7
Fuentes de ideas de negocios de los emprendedores activos
Absoluto y porcentual.

Fuentes	Total	Porcentual
Experiencias personales relacionadas con estudios	11	22,4
Contactos personales	9	18,4
Experiencias personales relacionadas con trabajo	8	16,3
Lo observó en otro país y lo aplicó	5	10,2
Internet	0	0
Otros	7	14,3
Ns Nr	9	18,4
Total	49	100

Cuadro 6
Quién apoyó a los emprendedores activos en el proceso de valoración previa de su idea de negocios
Absoluto y porcentual.

Apoyo recibido de	Total	Porcentual
Nadie	24	49
Sistema educativo	11	22,4
Amigos	2	4,1
Otros empresarios o sus cámaras	2	4,1
Familiares	1	2
Entidades financieras	0	0
Ns Nr	9	18,4
Total	49	100

Costa Rica y América latina en general (Leiva, 2002; Kantis et al, 2004), llama la atención que la opción de experiencias relacionadas con los estudios es la más mencionada, pues en esas otras investigaciones la opción de experiencias relacionadas con

trabajos anteriores fue la más importante.

Retomando el caso costarricense de la presente investigación, debe recordarse que la composición de los entrevistados (94% con formación universitaria incluyendo post-grados) probablemente esté influyendo en

esta valoración positiva del sistema educativo como generador de ideas de negocios. Por ende, aunque pareciera no ser muy bien valorado por los emprendedores como motivador de vocaciones empresariales, o colaborador en el proceso de valoración preliminar de las ideas de negocios, si se le considera un generador importante de ideas de negocios.

La independencia y el hecho de aprovechar una oportunidad fueron los detonantes, para iniciar la empresa, más citados

El cuadro 8 muestra, como elemento detonante más mencionado, la independencia (26,5%) seguido por el hecho de aprovechar una oportunidad (20,4%). En menor grado se mencionaron condiciones como el desempleo, cumplir un objetivo personal, un curso que llevó e insatisfacción laboral, entre otros.

Analizando el carácter de los aspectos que pueden detonar la decisión empresarial (Shapiro, 1978; p.188), se nota cómo predominan los positivos (independencia o aprovechar una oportunidad), versus negativos (desempleo o insatisfacción laboral). En este sentido los estudios internacionales señalan una relación positiva entre las motivaciones emprendedoras positivas con las tasas de supervivencia empresarial (GEM, 2006; p.3) >>

Los ahorros y recursos personales fueron los más importantes para el lanzamiento de la empresa, en la mayoría de las ocasiones

Los ahorros y recursos personales fueron los más importantes para el lanzamiento de la empresa, en la mayoría de las ocasiones. Un 35% manifestó que fue su principal fuente de financiamiento, pero además un 14% adicional lo señaló como parte de una mezcla de opciones de financiamiento.

Vale resaltar también que los préstamos bancarios fueron la fuente de financiamiento principal en el 18% de los casos y en un 4% adicional se mezclaron con otras fuentes. Profundizando en esta modalidad de préstamos, se encontró que un 54% de los casos fueron préstamos propiamente para la creación de empresas y el restante 46% fueron obtenidos de forma personal. Los datos parecen indicar un incipiente apoyo de instituciones bancarias para el lanzamiento de empresas, aunque dada la magnitud del estudio

no se pueden hacer inferencias ni afirmaciones concluyentes en este aspecto.

Por otro lado, se halló un bajo porcentaje de apoyo percibido por los EA con respecto a su entorno, ya sea familiar o comercial. Por ejemplo, si se suman las menciones de fuentes del entorno, excluyendo los préstamos, solamente un 23% acudió a ellas (familiares, amigos, adelantos de clientes, financiamiento de proveedores, mercados de segunda mano).

Este resultado no se aleja de las experiencias internacionales en las cuales se puede notar una composición muy similar en cuanto a las fuentes de financiamiento original de los emprendimientos (Kantis, 2004; p.53).

Los emprendedores calificaron como importante, pero no vital, su participación en los eventos para la decisión de abrir su propia empresa

Entre los EA actuales, que no tenían su empresa al momento de participar en el PFEE o CNE, se les pidió que valoraran su participación en términos de la influencia que tuvo en su decisión de abrir su propia empresa. La mayoría (65%) la calificaron como importante pero no vital, esto significa que de todas formas

se indagó cuál consideraban que había sido el principal beneficio de su participación. Las respuestas más mencionadas fueron: el conocimiento general (25%), contar con un plan de negocios (20%) y el pensamiento estratégico (15%).

Conclusiones y Recomendaciones

Los datos sobre EN y NE muestran que se requiere seguir inculcando desde el sector educativo un cambio de actitud en cuanto al emprendimiento, si se quiere incrementar el número de emprendedores que toman el riesgo de lanzar su empresa.

Algunas acciones concretas en este campo es enfocar buena parte de los cursos sobre espíritu emprendedor, que ya existen en las universidades nacionales, hacia el fomento de actitudes o motivaciones y no solamente a la escritura de planes de negocios.

Por supuesto que también se requiere seguir trabajando conjuntamente con los otros actores del contexto de apoyo a los emprendedores (familia, cultura, sistema financiero, empresarios, institucionalidad) para modificar la percepción y el valor asociado a la “carrera empresarial”.

En cuanto a los emprendedores activos, en su mayoría son hombres, universitarios y residentes del área metropolitana. Hay de todas las edades, excepto menores de 25 años. Esto marca un claro sesgo contra otras poblaciones potenciales de emprendedores como son mujeres, personas residentes de áreas rurales, menores de 25 años o sin educación universitaria. Por supuesto que no debe perderse la perspectiva de que el PFEE o el CNE en su concepción original, fueron diseñados para enfocarse en ciertos grupos (por lo menos en la variable de educación). No obstante podría presumirse que estos datos son síntomas de lo que está sucediendo a nivel nacional en la temática.

Cuadro 8
Factores detonantes que llevaron a los emprendedores activos a crear su empresa Absoluto y porcentual.

Fuentes	Total	Porcentual
Independencia	13	26,5
Aprovechar una oportunidad	10	20,4
Cumplir objetivo personal	4	8,2
Desempleo	4	8,2
Un curso que llevo	3	6,1
Insatisfacción laboral	2	4,1
Consiguió primer cliente	1	2,0
Desarrollo profesional	1	2,0
Ns Nr	11	22,4
Total	49	100

la habrían abierto. No puede dejarse de lado que un 20% señaló que la participación fue vital (sin ella no habrían abierto la empresa) mientras que un 15% la calificó de irrelevante.

El análisis de estos resultados debe ser prudente, no puede olvidarse la relativamente pequeña cantidad de personas localizadas, del total histórico de participantes en estos eventos. Además los estudiosos del fenómeno emprendedor son claros en señalar que este proceso posee múltiples influencias de diversa índole (Gibb and Ritchie, 1982, p.42 y Reynolds, 1997, p.461).

Entre quienes ya tenían su empresa al momento de participar en el PFEE o el CNE,

En este sentido es menester dirigir los esfuerzos de forma coordinada para que los diversos entes que están trabajando en pro del emprendimiento puedan enfocarse en cada uno de los nichos existentes y evitar traslapes o acciones sin coordinación. En este momento por ejemplo las universidades han empezado a trabajar el tema, el Instituto Nacional de Aprendizaje, varias fundaciones y ONGs. Es de esta forma que debe buscarse la manera de coordinarlas, intercambiar experiencias, propiciar publicaciones de mejores prácticas, al

estilo europeo. Esta labor por su naturaleza recaería en el sector gubernamental.

Otro tema estudiado fue la motivación para emprender. La más citada fue la definida como de carácter personal. Al mismo tiempo, el entorno de apoyo al emprendimiento (familia, amigos, cultura, gobierno, sistema educativo, sistema financiero, entre otros) parece ser poco significativo en la decisión de emprender.

Esto refuerza lo señalado anteriormente en el sentido de trabajar más para robustecer

las aptitudes emprendedoras de la población costarricense y a la vez intentar mejorar el aporte del entorno de apoyo al emprendimiento.

En cuanto a ideas de negocios, las experiencias personales, relacionadas con estudios, trabajos, así como las redes personales, fueron las más significativas. En esta línea cabe recomendar que se amplíen las fuentes de ideas de negocios entre las personas con quienes se desea propiciar los emprendimientos. Es decir, el tema de ideas de negocios merece ser ampliado. Hasta el momento en la mayoría de los casos los Programa de Emprendedores y los Centros de Incubación de Empresas parten de proyectos planteados por emprendedores pero no hay un acercamiento pro activo entre potenciales emprendedores (con un perfil acorde al mercado meta definido) con el fin de dirigirlos a la generación de ideas de negocios.

El acceso a los recursos para la creación de empresas ha sido de carácter privado. El aporte, en este sentido de los actores del contexto, ha sido limitado. Es decir salvo algunos casos de financiamiento bancarios la mayoría de emprendedores debe proveerse de los recursos para el arranque de sus empresas por medio de sus ahorros o recursos personales. Esto es así en Costa Rica como en otros contextos analizados. No obstante otros países han buscado desarrollar otras fuentes, no necesariamente bancarias, como son angeles inversores, mercados de segunda mano, financiamiento de proveedores o cámaras de ellos, que serían interesantes de implementar en el caso de Costa Rica.

El impacto de las actividades de fomento al espíritu emprendedor, analizados en este informe, es importante aunque no vital. No se encontró literatura para definir si en otros casos se ha definido como vital un programa de fomento. La importancia de las actividades no se cuestiona pero si, evidentemente se requiere revisar las acciones a la luz de los resultados expuestos. Es importante considerar las re- >>



>> comendaciones efectuadas y será valioso además ejecutar un análisis comparativo con otras experiencias internacionales que proporcionen más insumos para dicha revisión, así como profundizar en los casos detectados.

Aportes y Alcances

Este informe arroja luces importantes sobre el fenómeno de la creación de empresas en Costa Rica. Se suma a otros realizados por el investigador responsable en años anteriores y varios que se hallan en proceso de ejecución por parte de algunos otros investigadores.

La dimensión del estudio no permite hacer inferencias a nivel nacional, incluso considerando el total histórico de participantes registrados en los eventos la proporción de personas entrevistadas no es muy elevada, pero sin duda constituye un sondeo valioso en aras de mejorar los esfuerzos de fomento al espíritu emprendedor nacional.

Temas susceptibles de profundizar serían, el proceso emprendedor en grupos específicos (mujeres por ejemplo), conexión entre educación y tasas de supervivencia empresarial, fuentes de ideas de negocios y conexión con experiencias previas de los emprendedores, influencia del entorno social y económico entre los tipos de emprendimientos, ya sean de oportunidad o necesidad.



Referencias Bibliográficas

Adizes I. (1979). "Organizational passages: Diagnosing and treating life cycle problems of organizations". *Organizational Dynamics*, 9 (Summer), 3-24.

Fayolle A. y Bruyat C. (2002). "A conceptual and methodological framework to study, using the modelling of complex system, the foundation and the development processes of

innovative business activities". RENT XVI, 16 Workshop. Conference Proceedings. Nov 21-22, 2002. Barcelona, España.

Galbraith J. (1982). The stages of growth. *Journal of Business Strategy*, 3(4), 70-79.

Gartner, W. (1988). "Who is an entrepreneur?. Is the wrong questions". *American Journal of Small Business*, Spring 1988, n 12, p 11-32.

Gartner, W. (2001). Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Summer 2001, Vol. 25, Issue 4, p27.

Gibb, A. y Ritchie, J. (1982). "Understanding the process of starting small businesses", *European Small Business Journal*, 1(1), 26-46.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2006) Informe Ejecutivo España 2006.

Greenfield, S, & Strickon, A. (1981). A new paradigm for the study of entrepreneurship and social change. *Economic Development and Cultural Change*, 29(3), 467-499.

Greiner Larry. (1972). "Evolution and revolution as organizations grow". *Harvard Business Review*. 50(4), 37-46.

Hanks S, Watson C, Jansen E y Chandler G

Visítenos!

La revista TEC Empresarial ahora en la web

www.itcr.ac.cr/tec_empresarial

encuentre esta edición y ejemplares anteriores.



TEC
Instituto Tecnológico de Costa Rica

- (1993). "Tightening the life cycle construct: a taxonomic study of growth stage configurations in high technology organizations". *Entrepreneurship theory and practice*, Baylor University, Winter p.5-29.
- Johannisson, B. (1998). "Designing supportive context for emergin enterprises" Vaxjo University.
- Kantis, H (Ed.) (2004). "Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional". Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.
- Kantis, H; Ishida, M y Komori, M (2002). "Empresarialidad en economías emergentes: Creación de empresas en América latina y el este de Asia". Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kimberly J.R. and Miles R.H.(1980). *The organization life cycle*. San Francisco: Jossey Bass.
- Leiva, J (2002). "El proceso de creación de empresas en Costa Rica: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia: Informe Costa Rica". *Tecnología en Marcha*, 17(2), 87.
- Lippitt G. y Schmidt W. (1967). *Crisis in a developing organization*. Harvard Business Review, November-December.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). *Entrepreneurship: Past research and future challenges*. *Journal of Management* 1988, 14(2): 139-161.
- Miller Danny and Friesen Peter H. (1984). *A Longitudinal Study of The Corporate Life Cycle*. *Management Science* Vol. 30. October.
- Reynolds, P., Storey, D., y Westhead, P. (1994). *Cross-national comparison of the variation in new firm formation rates*. *Regional Studies* 28(4): 443-456.
- Rutherford M., Buller P, y McMullen P. (2003). "Human resource management problems over the life cycle of small to medium sized firms". *Human Resource Management*, winter 42 (4), 321-335.
- Shane Scott and Venkataraman S. (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research". *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shapero Albert. (1978). "Entrepreneurship and economic development". En Naumes (Ed.). *The Entrepreneurial manager in the small business*. Addison-Wesley, Reading Mass: 183-202.
- Shapero, A. (1984). "The Entrepreneurial Event", en Kent CA (ed), *The enviroment for the entrepreneurship*, Lexington: Lexington Books, 1984, pp21-40.
- Smith Ken G, Mitchell Terence and Summer Charles (1985). "Top level management priorities in different stages of the organizational life cycle". *Academy of Management Journal*, 28(4), 799-820.
- Storey, D. (1994). "Understanding the small Business Sector". London: Routledge.
- Tiffin, S (Ed.) (2004). "Entrepreneurship in Latin America". Boston: Praeger.

RESUMEN:

La creación de empresas ente los emprendedores costarricenses es un tema que ha sido poco estudiado. Su importancia radica en servir de retroalimentación a quienes están involucrados en su fomento así como identificar el papel que juegan algunos de los elementos que se pueden denominar el sistema de desarrollo emprendedor de un país. En esta investigación se estudió el proceso creador de empresas entre las personas que participaron en el Concurso Nacional Emprendedor y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor, organizados por el Instituto Tecnológico de Costa Rica desde 1996. Se halló que el proceso es emprendido en su mayoría por hombres, mayores de 25 años, con educación universitaria y residentes en el área metropolitana. La motivación más importante que los impulsó fue de índole personal, los elementos contextuales influyeron poco en esa motivación, sus ideas de negocios provienen de experiencias personales, los recursos para arrancar son propios y el haber participado en el concurso o el programa fue visto como importante pero no vital.

Palabras Clave: Creación de empresas, espíritu emprendedor, emprendedores costarricenses, nuevas empresas, apoyo a emprendedores.

SUMMARY:

The creation of businesses among Costa Rican entrepreneurs is a little studied subject. Its importance resides in serving as feedback to those involved in its fostering as well as in identifying the role played by some elements that can be named in this country's entrepreneurial development system. In this research, the business creating process was investigated amongst people participating in the National Entrepreneurship Contest and the Entrepreneurial Spirit Forming Program, organized by the Instituto Tecnológico de Costa Rica since 1996. It was found that the process was undertaken mostly by men older than 25 years of age, with a college degree and living in a metropolitan area. The most important driving motivation was strictly personal, with contextual elements influencing little in the decision; their business ideas came from personal experience, the initial resources were their own and entering the contest or the program was seen as important but not capital.

Keywords: Business start up, entrepreneurial spirit, Costa Rican entrepreneurs, new businesses, entrepreneur support.