

INFLUENCIA DE LA DESCENDENCIA EMPRENDEDORA: JÓVENES EMPRENDEDORES DEL PROYECTO IDEA

Ana Gabriela Víquez Paniagua

Profesora
Investigadora de la Carrera de
Administración de Empresas,
Campus San Carlos y Coordinadora-
Extensionista en el Proyecto IDEA
aviquez@itcr.ac.cr

Rogelio Quirós González

Profesor
Investigador de la Carrera de
Ingeniería de Computación
Campus San Carlos
y Extensionista en el Proyecto IDEA
rojo@itcr.ac.cr

Allan Pérez Orozco

Profesor
Investigador de la Carrera de
Administración de Empresas
Campus San Carlos
y Extensionista en el Proyecto IDEA
aperez@itcr.ac.cr

Mildred Zúñiga Carvajal

Directora Administrativa
Campus San Carlos
y Extensionista en el Proyecto IDEA
mizuniga@itcr.ac.cr

El objetivo de este estudio es indagar la influencia de la descendencia emprendedora en jóvenes matriculados en el proyecto IDEA. Aplicando un diseño cuantitativo y mediante un alcance descriptivo, se analiza cómo la variable descendencia emprendedora en un 52% de los casos tiene influencia en el planteamiento de las ideas de negocio involucradas en el proyecto, condición que puede deberse a razones que ha expuesto la literatura, en donde esta variable es vista como un factor de éxito asociado al emprendimiento. Sin embargo,

un 48% de los casos corresponde a jóvenes que no poseen descendencia emprendedora y muestran iniciativa emprendedora.

Palabras clave: Jóvenes emprendedores, descendencia emprendedora, Proyecto IDEA.

Justificación

El emprendimiento es un campo de estudio importante, así como lo son el aprendizaje y el entorno en el que se desenvuelven los emprendimientos (Shane & Venkataraman, 2000; Wennberg et al., 2016). En este sentido, el proyecto IDEA busca promover la autogestión de ideas empresariales y perfiles de proyectos a través de la formación y acompañamiento a jóvenes emprendedores inmersos en la formación técnica profesional, desde una formación virtual y accesible al estudiante.

Aunado a lo anterior, existe una necesidad real que se vislumbra en el día a día de los estudiantes de la Región Huetar Norte, y que radica en el desarrollo de capacidades y formación, a razón de plantear adecuadamente proyectos emprendedores para tener posibilidades de acceder a fondos de financiamiento que les permitan arrancar con un emprendimiento (Solís, 2017).

Conviene subrayar que los jóvenes estudiantes con limitada posibilidad de acceder a educación universitaria tienen opciones para el desarrollo de proyectos emprendedores y el acceso a financiamiento. No obstante, las debilidades en el planteamiento de sus ideas

de negocios hacen que se pierdan oportunidades valiosas (Rodríguez, 2017).

Peterman y Kennedy (2003, citado en Olmos & Castillo, 2007), al analizar los efectos de la participación de jóvenes estudiantes que no son del área de empresariales en un programa de habilidades para los negocios, encontraron que al medir la actitud emprendedora antes y después del programa se incrementó el deseo de crear un nuevo negocio.

Es necesario recalcar que el espíritu empresarial es crucial, ya que mejora la eficiencia económica, trae innovación en los mercados de trabajo y de producción, crea nuevos puestos de trabajo y aumenta la tasa de empleo (Ataei et al., 2020)

Todo esto parece confirmar que las empresas no se crean por casualidad, sino que existe una ruta por la cual transita una idea hasta materializarse en un emprendimiento. Algunos autores sostienen que, aunque la probabilidad de éxito de un emprendimiento es baja, las personas que se encuentran dispuestas y optimistas pueden alcanzar el éxito (Shane et al., 2012).

Sin embargo, la literatura no ha indagado sobre la influencia de la descendencia emprendedora en jóvenes que se encuentran en la etapa de formulación de su idea de negocio. De ahí que el propósito de esta investigación sea estudiar la influencia de la descendencia emprendedora en el espíritu de emprender una idea



de negocio en los jóvenes del programa IDEA.

Un vistazo a la literatura

Descendencia emprendedora y la orientación a emprender

El modelo del evento empresarial de Shapero y Sokol (1982) segmenta el emprendimiento básicamente en tres fases. La primera, denominada de desplazamiento, describe la ocurrencia de un conjunto de eventos positivos (deseo de realización, logro de objetivos personales y profesionales) o negativos (desempleo, frustración, necesidad de sobrevivir) que inciden sobre la actitud de las personas hacia la orientación a emprender. La segunda, o el deseo de percepción, identifica la trascendencia de las relaciones personales y el ambiente familiar, cultural, social y educativo sobre el estímulo a las habilidades empresariales que convierten a los sujetos en emprendedores potenciales. La tercera, llamada de acción o percepción de factibilidad, se caracteriza por el comportamiento y la audacia del emprendedor para obtener los recursos necesarios enfocados al nacimiento de su empresa.

Precisamente, la primera de las fases propuestas por Shapero y Sokol (1982), permite subrayar la existencia de una clara relación entre los antecedentes familiares, las preferencias de las carreras que deciden estudiar y la disposición empresarial general en emprendedores (Mitrovic Veljkovic et al., 2019).

Siguiendo los estudios sobre los grupos sociales con mayores casos de emprendimientos,

algunos autores concuerdan con que la familia es de los grupos donde más influyen en la intención a emprender (Shapero & Sokol, 1982). La existencia previa de negocios familiares trae consigo enseñanzas al futuro emprendedor, lo que le permite conocer de riesgos, beneficios, habilidades y estrategias necesarias para hacer viable un nuevo negocio (Cromie et al., 1982; Krueger & Carsrud, 1993).

Adicionalmente, en diversos trabajos se ha comprobado que los emprendedores, cuyos padres eran propietarios de pequeñas empresas a las que le dedicaban tiempo completo, muestran altas preferencias por el autoempleo y están más inclinados a desarrollar una idea empresarial, reflejando la menor preferencia por ser empleado en una gran empresa (Crant, 1996; Rubio et al., 1999, citado en Olmos & Castillo, 2007).

Autores como Aldrich y Jennings (2003) y Loli et al. (2014) concluyen acerca de la estrecha relación que existe entre la familia y futuro de la creación de nuevos negocios, por lo que llaman a la vinculación académica de universidades para el estudio de su papel en el entorno empresarial y en la nueva reconfiguración organizativa, lo que se conoce como "la universidad empresarial". Algunas conclusiones se centran en que aquellos estudiantes que vienen de familias con alguna iniciativa empresarial habían desarrollado una actitud más positiva sobre los empresarios y un mayor grado de interés e iniciativa por emprender.

En términos generales, las personas jóvenes provenientes de hogares con un alto componente

de espíritu emprendedor desarrollan intereses y construyen un sistema propio de atributos que alimentan su potencial empresarial (Olmos & Castillo, 2007).

Con lo anterior, se propone como hipótesis lo siguiente: ¿La descendencia emprendedora está asociada con la idea de negocio matriculada en el Programa IDEA?

Método

Se recurrió al método cuantitativo (Creswell, 2009), a través de un alcance descriptivo (Sousa, 2007; citado en Henderson et al., 2015).

Muestra

La población corresponde a estudiantes de cuatro Colegio Técnicos Profesionales (CTP), según el siguiente detalle: (1) provincia: Alajuela; (2) cantón: San Carlos; (3) distritos: Pital, Florencia (Platanar), Aguas Zarcas y Ciudad Quesada; (4) Colegios Técnicos: CTP Regional de San Carlos, CTP Aguas Zarcas, CTP Platanar y CTP Pital; (5) condición: matriculados en Proyecto IDEA, con una idea emprendedora (ya sea individual o grupal).

Se consiguió una tasa de respuesta del 70% (50 de 71 estudiantes matriculados a la fecha de aplicación).

El detalle y perfil de los jóvenes emprendedores de los cuales se obtuvo respuesta se presenta en la tabla 1.

Nota: Resulta importante apuntar que el programa IDEA cuenta con mayor cantidad de mujeres matriculadas (un 85% aproximadamente), lo que es coincidente con la tasa de

respuesta al estudio. Según el colegio de procedencia, fue notoria la tasa más alta de respuesta asociada al mayor compromiso y dedicación proporcionado por los profesores tutores (profesor que tiene a cargo guiar la idea en el CTP).

Instrumento

Se planteó un instrumento de recolección de información que considera la escala utilizada por Leiva (2004a), basado en un cuestionario estructurado, aplicado de manera electrónica a través de la herramienta *Google Forms*. El instrumento fue difundido mediante la plataforma *TEC Digital* y un grupo de *WhatsApp* con el que se mantiene comunicación con el grupo.

Procedimiento

Se utiliza un análisis de tipo descriptivo. La elección de esta metodología y, en particular, el proceso de recopilación de datos, las construcciones investigadas y las medidas utilizadas, es adecuada para el análisis empírico de las relaciones entre variables teóricas relacionadas con la descendencia emprendedora. De esta manera, se pueda comprender la asociación de la descendencia emprendedora con la idea de negocio matriculada en el Programa IDEA. Los datos recolectados se analizan centrando la atención en la influencia de los antecedentes emprendedores en jóvenes de colegios técnicos de la Región Huetar Norte de Costa Rica.

RESULTADOS

En cuanto a la descendencia emprendedora, se puede decir que un 52% de las ideas de negocio poseen cercanía emprendedora, ya sea con padres o familiares.

Sin embargo, los resultados reflejan que los emprendedores matriculados en el programa IDEA que no poseen descendencia emprendedora también emprenden (48%).

De lo anterior, se puede inferir que no hay diferencia significativa entre si hay o no descendencia

Tabla 1
Perfil de los sujetos

Variable	Detalle
Género	16% Hombres y 84% Mujeres
Colegio	44% CTP Aguas Zarcas, 26% COTAI, 20% Platanar, 10% Pital

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2
Descendencia emprendedora

FACTOR	SI	SD	NO	SD
Familiar(es) Cercano (s) Empresario(s)	18	0,8	32	0,9
Padres son Empresarios	8	0,76	42	0,9

Nota: SD: Desviación Estándar

Fuente: Elaboración propia

emprendedora (Tabla 2) para el emprendimiento de los jóvenes matriculados en el programa. Se debe agregar que solo 16% de los jóvenes tenían padres empresarios (relación directa con emprendimiento), un 36% tenía familiares cercanos (relación indirecta con emprendimiento), mientras que el 48% restante no tenía ninguno de los tipos de descendencia emprendedora.

El colegio que tiene el mayor porcentaje de jóvenes matriculados en el programa con descendencia emprendedora es el CTP de Aguas Zarcas (Figura 1). Este colegio es el que ha mostrado un avance mayor en el planteamiento de sus ideas de negocio, 60% específicamente. Así mismo, demuestran tener los grupos más identificados con sus ideas de negocio y son quienes han presentado mayor avance en sus planes de negocio.

Discusión

Existe una relación entre la idea de negocio y la descendencia emprendedora en la mayoría de los casos estudiados, lo cual está estrechamente asociado a lo estudiado por Shapero & Sokol (1982), Aldrich & Jennings (2003), Olmos & Castillo (2007), Loli et al.,

(2014) y Mitrovic Veljkovic et al. (2019).

Sin embargo, en los resultados obtenidos, un 48% de los jóvenes matriculados no poseen descendencia emprendedora. Más aún, han desarrollado sus ideas y las han sacado adelante manteniéndose activos en sus entregas dentro del proyecto.

Fomentar el emprendimiento es siempre importante, pero en el contexto actual es sumamente relevante que las universidades trabajen en este tema, ya que pareciera que puede haber factores del contexto relevantes en la intención de emprender, además de la descendencia emprendedora.

El apoyo del programa de regionalización ha marcado una pauta inicial con la puesta en marcha del proyecto IDEA, al tiempo que se desea sea modelo de programas futuros.

Agradecimientos

Los autores agradecen especialmente a cada uno de los jóvenes emprendedores que han confiado en el programa, a los profesores y autoridades de los Colegios Técnicos Profesionales participantes y a la Vicerrectoría

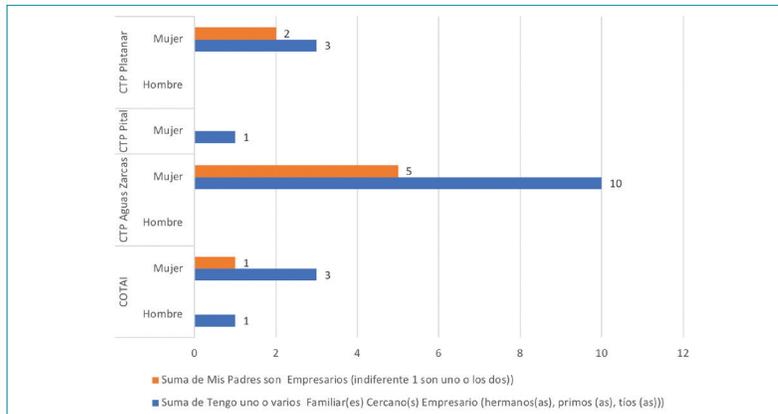


Figura 1. Descendencia Emprendedora por colegio y sexo

Fuente: Elaboración propia

de Investigación y Extensión del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Referencias

- Aldrich, H., & Jennings, J. (2003). The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Toward A Family Embeddedness Perspective. *Journal of Business Venturing*, 18, 573-596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Ataei, P., Karimi, H., Ghadermarzi, H., & Norouzi, A. (2020). A conceptual model of entrepreneurial competencies and their impacts on rural youth's intention to launch SMEs. *Journal of Rural Studies*, 75, 185-195. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.01.023>
- Crant, M. (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT*, 10.
- Creswell, J. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed approaches*. CA: SAGE.
- Cromie, S., Callaghan, I., & Jansen, M. (1982). The Entrepreneurial Tendencies of Managers: A Research Note. *British Journal of Management*, 3(1), 1-5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.1992.tb00031.x>
- Henderson, A., Rosales, T., & Jiménez, K. (2015). *Cómo seleccionar el enfoque y el diseño de investigación*. 47.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Leiva, J. C. (2004). *Estudio Exploratorio de la Motivación Emprendedora en el ITCR*. 17.
- Loli, A., Del Carpio G., J., Aliaga G., J., & Vergara V., A. (2014). Actitudes de creatividad y emprendimiento y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de la Universidad Nacional Agraria—La Molina. *Revista de Investigación en Psicología*, 14(1), 209. <https://doi.org/10.15381/rinpv.14i1.2084>
- Mitrovic Veljkovic, S., Maric, M., Subotic, M., Dudic, B., & Greguš, M. (2019). Family Entrepreneurship and Personal Career Preferences as the Factors of Differences in the Development of Entrepreneurial Potential of Students. *Sustainability*, 11(20), 5693. <https://doi.org/10.3390/su11205693>
- Olmos, R. E., & Castillo, M. Á. S. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17, 23.
- Rodríguez, X. (2017, junio 18). *Entrevista de presentación del perfil del proyecto de extensión* [Comunicación personal].
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2012). *Entrepreneurial Motivation*. 26.
- Shane S., & Venkataraman S. (2000). The Promise of Entrepreneurship As a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-26.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-80.

Solís, R. M. (2017, junio 12). *Indagatoria Incubadora COTAL* [Comunicación personal].

Wennberg, K., Delmar, F., & McKelvie, A. (2016). Variable risk preferences in new firm growth and survival. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 408-427. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.05.001>