

El emprendedorismo y el contexto: un abordaje desde las percepciones de los alumnos de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud de la Universidad Nacional de Santiago del Estero

Mónica G. Martínez¹
Claudia González Corral²

El objetivo de este trabajo es identificar los factores del entorno que inciden en el Emprendedorismo. Se propone describir las percepciones que tienen los alumnos del 4º y 5º año de la carrera de Lic. en Administración respecto de los factores del entorno.

13

Marco Teórico o Conceptual

Los rasgos sociodemográficos del emprendedor: la edad, el género, la procedencia cultural, la ocupación de los padres, el nivel de educación, la experiencia profesional previa, o la formación en creación de empresas, entre otros muchos, son factores estudiados en numerosas investigaciones, dada su supuesta vinculación con la acción emprendedora.

El fenómeno del emprendedorismo requiere de enfoques amplios e interdisciplinarios, es así que el Global Entrepreneurship

1 Mgs. en Dirección de Empresas, Lic. en Administración, Profesor Adjunto de la carrera de Lic. en Administración, Investigador Categoría III – Director de Proyecto - Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud , monimart@unse.edu.ar.

2 2– Contador Público, Ayudante de 1º Diplomado de la carrera de Lic. en Administración, Investigador Categoría V, Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud cgonzalezcorral@yahoo.com.ar.

Monitor (GEM) ha definido un marco conceptual que articula los diferentes factores que actúan sobre el proceso emprendedor. Los clasifica en dos grandes grupos: el de las condiciones inherentes al contexto nacional (afecta las oportunidades para emprender) y el de las condiciones del contexto social, político y cultural. Ambos influyen sobre la actividad y capacidad emprendedora, que junto con las oportunidades para emprender definen la dinámica de los negocios, y por último terminan contribuyendo al crecimiento económico (GEM, 2007).

El sistema de desarrollo emprendedor se define (Kantis, 2005) como el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y empresas tanto en términos cualitativos como cuantitativos.

Los factores que inciden sobre el proceso emprendedor pueden agruparse en las siguientes categorías:

14

1. Condiciones sociales y económicas:
2. Cultura y sistema educativo:
3. Estructura y dinámica productiva:
4. Aspectos personales:
5. Redes del emprendedor:
6. Mercado de factores:
7. Regulaciones políticas

La presente investigación se centra en los siguientes factores: edad, género, experiencia laboral, factores socioculturales (influencia familiar, valoración social del emprendedor y educación), redes de relaciones y políticas y condiciones regulatorias en el ámbito público.

1- Edad y género

La edad del individuo como factor demográfico puede ser elemento atribuible a las capacidades emprendedoras; constituye un indicador que permite tener una idea general respecto a sus posibles tendencias de empresario. En realidad, la edad en que el individuo siente deseos de ser empresario no necesariamente es la misma en que logra cristalizarlo, pues por lo general vive previamente una serie de experiencias que le permiten cultivar su idea. Se conoce una alta propensión en el individuo joven entre los 20 y 25 años a despertarse en él el deseo de independizarse al darse cuenta que el trabajo independiente le genera mayores beneficios, esto cuando sus experiencias laborales previas así lo determinan.

2- Experiencia laboral

Hay fuertes evidencias empíricas que indican que *la percepción de futuras oportunidades* y la habilidad para aplicar conocimientos específicos radica en la *experiencia laboral* (Shane, 2000). Ella se adquiere habitualmente en trabajos previos, preferentemente dentro de la misma rama industrial y en empresas pequeñas o medianas donde el individuo conoce no sólo los aspectos técnico-específicos, sino también los proveedores, los clientes, las oportunidades de negocio y la organización de la firma (Gennero *et al.*, 2004; Laitinen, 2004).

Investigaciones recientes, han demostrado que los emprendedores que se han desempeñado en el campo laboral, presentan mayor ventaja con respecto a los que nunca han vivido experiencias de este tipo. Rubio, Cordón y Agote, (1999:46) afirman que “la falta de experiencia puede suponer una importante limitación para aquellos interesados en la puesta en marcha de nuevas ideas”. A través de la experiencia laboral, el emprendedor conoce el significado e importancia del trabajo en equipo, aprende a trabajar para generar intereses mancomunados y a identificarse con grupos de trabajo efi-

cientes. Es importante destacar que la experiencia necesaria para el emprendedor, no se traduce sólo al conocimiento del ramo o de la industria en la cual establecerá su empresa, también significa la obtención de todo un conjunto de herramientas gerenciales y la aplicación de los principios básicos de la administración que le permitan dirigir exitosamente el rumbo de su organización.

3- Condiciones Culturales y Sociales

Distintos aspectos culturales y sociales inciden sobre la formación de vocaciones para emprender. Así podemos considerar a la valoración social del emprendedor y la presencia de modelos ejemplares como influyentes en el contexto.

3.a. Influencia familiar

16

Entre las condiciones culturales y sociales que inciden en la empresariedad, (Kantis, 2005) se destaca *el perfil de los hogares* de donde salen los potenciales emprendedores: en sociedades donde buena parte de la población accede a la educación y tiene un nivel de ingresos que permitan ahorrar para emprender es más frecuente la existencia de canales de comunicación entre personas de diferentes sectores sociales, que enriquecen la interacción, el aprendizaje y el flujo de información relevantes para aprender. Otras condiciones macroeconómicas como la estabilidad y el crecimiento económico actúan de manera positiva

Existen evidencias empíricas que demuestran que los grandes empresarios descienden de familias en la que algunos de sus miembros fueron autoempleados. Esto reafirma la idea de que tener un padre que fue emprendedor y participar en actividades emprendedoras, aumenta las probabilidades de que un hijo repita este patrón de actividad al observar desde las etapas iniciales de su vida estos comportamientos emprendedores en sus progenitores, aprendiendo entonces a desarrollar la capacidad de creatividad, innovación y

desarrollando un perfil psicológico acorde a lo que observa en sus padres.

La influencia familiar puede llegar a condicionar las actitudes de los y las estudiantes hacia el autoempleo: las personas cuyos padres tienen negocio propio valoran más la figura del emprendedor o emprendedora y menos la alternativa del empleo por cuenta ajena. Pero esta actitud de partida no significa que tengan más aptitudes para ser emprendedores y emprendedoras que otras personas.

3.b. Valoración social del emprendedor y educación

En países emergentes como Argentina, el fomento de la cultura emprendedora a nivel educativo puede tener, a largo plazo, resultados positivos en el mejoramiento de la imagen que la sociedad tiene de los emprendedores, la difusión de los modelos de rol y la enseñanza de las herramientas necesarias para creación de empresas basadas en el conocimiento. En conjunto, estas acciones permitirían además, disminuir el costo de oportunidad percibido de seguir una carrera empresarial.

El crecimiento de graduados que deciden iniciarse en el mundo profesional y empresarial con sus propios negocios (Vesper, 1992), hace pensar que la creación de empresas puede ser una opción de carrera, sobretudo en Latinoamérica, donde cada vez es más difícil encontrar empleo debido a la significativa crisis económica. Veciana, (2002), pone de manifiesto que la formación será cada vez más una condición necesaria, aunque no suficiente, para la creación de empresas. La evidencia empírica demuestra que la educación formal contribuye al éxito. Con relación a dicha afirmación explica, “mientras las tasas de fracaso de nuevas empresas creadas por personas con poca formación suelen llegar hasta el 80 por ciento, en muestras que comprenden solo graduados universitarios, se queda muy por debajo del 20 por ciento”. Y agrega que un importante “yacimiento de empresarios” radica en los estudiantes universitarios. Es importante que los emprendedores sean introducidos y educados sobre

las herramientas para la iniciación de nuevos negocios en las carreras de grado. De esta manera, su potencial emprendedor puede ser mejor orientado (Kantis - Postigo, 2002).

Argentina ha estado en el grupo de los países más emprendedores desde el inicio del GEM en el año 2000. En 2007, el 14,4% de la población adulta estuvo involucrada en actividades emprendedoras de fase temprana. Dos tercios de los emprendimientos estuvieron motivados por la oportunidad, y el tercio restante por la necesidad.

4- Construcción de relaciones

Otro enfoque que ha ganado importancia se centra en el papel de las redes dentro del proceso emprendedor. La interacción del emprendedor con familiares, amigos, otros empresarios, instituciones del entorno constituye un aspecto crucial del proceso de creación de empresas. Implica el disfrute y la capacidad de relacionarse efectivamente con otras personas, capacidad de construir relaciones de cooperación.

18

En la construcción de redes, es decir, “tejer relaciones”; podemos distinguir la existencia de 3 tipos de redes: *redes sociales* (amigos, familia), *redes institucionales* (asociaciones empresarias, universidades, agencias de desarrollo, etc.) y *redes comerciales* (proveedores, clientes) que pueden impulsar el proceso emprendedor. Actividades como la participación en asociaciones y organizaciones sectoriales y empresariales, incorporación a redes telemáticas sectoriales y multisectoriales, participación en eventos, jornadas, congresos, exposiciones y ferias fomentan la construcción y el desarrollo de redes de relaciones.

5- Políticas y condiciones regulatorias en el ámbito público

El fenómeno de la creación de empresas es un factor cada vez más preponderante en el desarrollo económico de los países. Go-

biernos y sociedad civil comienzan a prestarle cada vez más atención, a partir de la creación de programas de apoyo y fomento de la actividad emprendedora. El proceso de creación de empresas es visto como un fenómeno que debe ser acompañado desde el Estado. Parte de la fundamentación del nuevo rol del Estado está su función de promotor y acompañador, y fundamentalmente el de garante de la igualdad de oportunidades de acceso al desarrollo.

Esta categoría incluye el conjunto de normas y políticas que inciden sobre la creación de empresas (impuestos, trámites necesarios para formalizar una nueva firma, iniciativas y programas de fomento a la empresariedad).

Metodología

El presente trabajo es una investigación exploratoria - descriptiva, que tiene como propósito describir situaciones y eventos relacionados con la temática bajo estudio; y combina la metodología cuantitativa con la cualitativa.

La población está compuesta por los estudiantes de la Licenciatura en Administración que cursan el 4º y 5º año en el 2º cuatrimestre del año 2008.

Se utiliza una fuente de información primaria, basada en el relevamiento efectuado a estudiantes de 4º y 5º año de la Lic. en Administración. Se realizaron entrevistas semiestructuradas que contienen preguntas abiertas para la dimensión Contexto – entorno.

Se realiza la búsqueda, lectura y análisis bibliográfico y análisis documental, lo que permite construir las conceptualizaciones y los enfoques teóricos a partir de los cuales se diseña el instrumento de recolección de datos y el análisis de la información.

Algunos resultados

1- Rasgos demográficos

La edad constituye un indicador que permite tener una idea general respecto a sus posibles tendencias de empresario. La edad de los estudiantes participantes en esta investigación, considerada como elemento demográfico se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro I - Edad de los estudiantes distribuida por rangos

Rango de edad (años)	Porcentaje (%)
22 a 25	58
26 a 29	28
30 a 32	14
Total	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta a alumnos

20

La edad de los estudiantes se distribuye en 58% en rangos comprendidos entre los 20 y los 25 años. De la totalidad de la muestra, 20% tiene edades que se ubican entre los 26 y los 29 años, y 14% tiene edades distribuidas entre los 30 y los 32 años.

En relación con el género, la población estudiantil de 4º y 5º año de la Licenciatura en Administración se distribuye en un 58% de sexo masculino y un 42% de sexo femenino.

Respecto de la procedencia de los alumnos, la totalidad de los alumnos viven en el conglomerado Santiago del Estero – La Banda.

2- Experiencia laboral

La experiencia laboral está considerada como uno de los elementos básicos para determinar capacidades emprendedoras, de-

bido al conocimiento directo de la realidad en la actividad organizacional.

Cuadro II - Distribución porcentual de la experiencia laboral de los estudiantes

Experiencia	Trabajo Actual		Trabajo anterior	
	Estado	Empresa	Estado	Empresa
Trabaja	52	48	40	60

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta a alumnos

En este caso, 70% de los estudiantes tiene actualmente un trabajo; de los cuales un 52% se desempeñan en el Estado (Nacional, provincial o municipal), teniendo la modalidad de pasantías una representación del 40%. El 48 % restante de los estudiantes trabaja actualmente en empresas.

Por otra parte, del total de estudiantes el 45% ha tenido experiencias laborales anteriores a la actual. Es así que 60 % se desempeñaron en empresas y un 40% en el Estado.

La experiencia en el campo empresarial del estudiante influye en la percepción que poseen respecto a sus expectativas al egresar de la universidad. La experiencia adquirida en organizaciones y los conocimientos propios y herramientas gerenciales que le brinda la carrera universitaria son fuente de las actitudes y aptitudes propias de los emprendedores.

3- Condiciones sociales y culturales

a) Influencia familiar

La ocupación de los padres y/o familiares como ejemplo a seguir, constituye un factor importante para las labores futuras de los hijos, puesto que en muchos casos, éstos suelen repetir patrones de trabajos realizados por sus padres.

En esta investigación se encontró que los estudiantes (67%) manifiestan tener familiares y/o amigos muy cercanos empresarios, lo que significa que poseen como antecedentes empresariales la existencia de algún empresario en la familia. Esto representa un aporte realmente significativo y una gran ventaja respecto a los que no cuentan con ningún familiar empresario (33%) a la hora de decidir emprender un negocio por muchas razones entre las que se pueden destacar el conocimiento que a través de los años ha podido percibir en el negocio de su familiar. También porque constituye un incentivo a buscar soluciones innovadoras al contar con una persona muy cercana que le puede aportar una riqueza de conocimientos sobre la empresa, su funcionamiento y sus responsabilidades implícitas.

De los estudiantes que tienen familiares empresarios (67%), se halla distribuido según distintos parentescos madre, padre, hermano, tíos, abuelos y amigos muy cercanos.

22

b) Valoración social del emprendedor

Un 76% de los estudiantes considera que en nuestra sociedad emprender un negocio está valorado positivamente. Entre los factores que inciden en la valoración se pueden destacar la cultura del trabajo, el status social y los ingresos económicos.

Los entrevistados sostienen respecto de la cultura del trabajo: “considero que la cultura santiagueña se está apuntando a la actividad independiente y se va dejando de lado el empleo público como única alternativa”; “creo que es valorado por la sociedad porque genera algo propio, nuevo y positivo, ya que la mayor actividad en nuestro medio es la administración pública”; “creo que cada vez más se respeta y valora al trabajador independiente, hay un cambio hacia una cultura de trabajo más emprendedora”; “es sinónimo de crecimiento de una sociedad emprender un negocio y dar trabajo a otras personas”

En relación al status social, los entrevistados consideran: “por

que la gente lo percibe como capaz, exitoso, importante”; “porque lo miran al emprendedor como alguien que hace lo que le gusta y vive de eso”.

El factor económico es valorado por los entrevistados sosteniendo que: “antes se valoraba la relación de dependencia, hoy la gente está más animada a emprender, trabajar y vivir de eso”; “los que viven de sus negocios tiene un ingreso mayor a los empleados del Estado”.

4- Construcción de relaciones

Actividades como la participación en asociaciones y organizaciones sectoriales y empresariales, participación en eventos, entre otras, fomentan la construcción y el desarrollo de redes de relaciones.

Consultados sobre su participación en organizaciones o agrupaciones que les permitan generar nuevas relaciones, un 52% de los alumnos en la actualidad dedica parte de su tiempo a este tipo de actividades. El tipo de organización en las que “tejen relaciones” es muy variada: agrupaciones políticas, agrupaciones religiosas, centro de estudiantes, programas juveniles, asociaciones de vecinos, fundaciones, consultora. Las motivaciones a participar en estas organizaciones son múltiples, los entrevistados sostienen: “porque tengo muchos amigos, conocí mucha gente”; “por la pertenencia al grupo y al lugar”; “porque aprendo relaciones humanas, trato con gente que tiene iniciativas, te relaciones con personas que te pueden ayudar en tus inquietudes”; “para hacer nuevas relaciones, para aprender a trabajar en equipo y organizar eventos”.

Respecto de los alumnos que no participan en agrupaciones, organizaciones (48%) las razones que fundamentan están ligadas con la falta de tiempo, falta de interés, no lo consideró como una alternativa.

5- Políticas y condiciones regulatorias en el ámbito público

Los estudiantes al ser consultados sobre el conocimiento que tienen sobre los trámites necesarios para formalizar una nueva firma e iniciativas y programas públicos de fomento a la empresariedad respondieron tener conocimiento de los mismos, en forma parcial, un 58%. Este resultado está vinculado con la multiplicidad y grado de complejidad de trámites que hay que iniciar en diferentes organismos y de programas de apoyo.

Conclusiones

En este último apartado, se sintetizan algunas de las principales conclusiones de la parte del estudio realizado que se presenta en este artículo.

24

Los factores que contribuyen a comprender la naturaleza compleja y contextual del proceso emprendedor son múltiples. El Emprendedorismo depende, entre otros, de los siguientes factores: edad, género, experiencia laboral, factores socioculturales (influencia familiar, valoración social del emprendedor y educación), redes de relaciones y políticas y condiciones regulatorias en el ámbito público.

Independientemente del género y de la edad del estudiante, la experiencia laboral representó en gran escala un aporte al desarrollo de capacidades empresariales a través del tiempo. Esta relevancia se justifica por el hecho de que la mayoría (70%) de los futuros egresados han vivido experiencias laborales, por ende conocen el ambiente empresarial y gracias a ellas se han despertado capacidades antes no explotadas.

Como en el proceso académico existe la posibilidad de realizar pasantías en empresas por parte del estudiante, es importante fortalecer y aumentar los mecanismos de interacción que el pasante tiene con la empresa, puesto que la misma constituye una experiencia

laboral, en la cual puede llegar a desarrollar habilidades gerenciales básicas, pues ello garantiza que las mismas sirvan también de incubadoras y así el estudiante vaya creándose una visión prospectiva a favor de un emprendimiento en el futuro, sobre la base de las debilidades y oportunidades detectadas en el campo.

La experiencia laboral de los estudiantes refleja que teniendo los conocimientos básicos del ambiente empresarial, los futuros egresados pueden, con la ayuda de las herramientas cognoscitivas adquiridas durante la carrera y habiendo interactuado en materia de trabajo en equipo, emprender exitosamente su idea empresarial, por tanto conoce los niveles de responsabilidad que implican.

La influencia de tener algún familiar o amigo cercano que sea empresario (67%) es importante porque constituye un incentivo a buscar soluciones innovadoras al contar con una persona muy cercana que le puede aportar una riqueza de conocimientos sobre la empresa, su funcionamiento y sus responsabilidades implícitas.

La percepción que tienen los estudiantes sobre la valoración que la sociedad le otorga a los emprendedores resulta positiva (76%), ya que ésta incide sobre la formación de vocaciones para emprender. En sociedades con culturas favorables a la empresarialidad es más factible que las personas deseen emprender para ganar reconocimiento social o para seguir los pasos de otros empresarios.

La propensión y competencia para construir relaciones puede verse afectada por la formación y el microclima sociocultural. La propensión de los estudiantes de tejer redes de relaciones es media.

Por último, respecto del conocimiento de las políticas públicas destinadas a fomentar la generación de nuevas empresas, resulta insuficiente e incompleta debido, entre otras causas, a la burocratización del sistema.

En este contexto resulta importante el rol del Estado, en la reforma del marco legal, impuestos, normas, acceso al financiamiento (microcrédito, líneas simplificadas, garantías), fortalecimiento y de-

sarrollo de la oferta de formación, asistencia técnica y vinculación. Debe fomentar la iniciativa conjunta e integradora entre sector público y privado que debe contribuir a instalar la “cuestión emprendedora” en la sociedad (ámbitos universitario, ONGs, empresario, de medios y público).

Es necesario fomentar una cultura emprendedora a partir de la educación mostrando ejemplos y permitiendo a los jóvenes tener contacto con emprendedores.

Es innegable la articulación de las capacidades de la Universidad con instituciones del sector público y las organizaciones sociales vinculadas a la promoción del desarrollo económico, tecnológico y cultural de la sociedad. Se deben integrar en redes favoreciendo un uso más racional y efectivo de sus respectivos recursos, ayudando a que sus beneficiarios puedan ir construyendo sus propias redes de relaciones personales y profesionales de apoyo.

26 Fomentar la vinculación entre la comunidad científica y el mundo empresario para facilitar el desarrollo de emprendimientos inspirados y sostenidos por la interacción dinámica entre el ámbito académico, científico y empresario se erige como una estrategia de desarrollo sostenido de la sociedad.

Bibliografía

- Berra, D., 2003, La educación en entrepreneurship en la Argentina: Un análisis del sistema universitario. Trabajo de Lic. en Administración de Empresas, Buenos Aires , UDESA.
- Dolabela, F., 2005, Taller del emprendedor, Argentina, HomoSapiens Ediciones.
- Gennero, A. *et al.*, 2004, El proceso de creación de empresas: Factores determinantes y diferencias espaciales. Mar del Plata: Ediciones Suárez.
- Kantis, H. Angelelli, P. y Moori Koenig, V.; 2004, Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional. BID – FUNDES Internacional. Colombia, Editorial Nomos SA
- Kantis, H. Angelelli, P. y Gatto, F. Nuevos emprendimientos y emprendedores: ¿de qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino. <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespañol/littec-DT2001-02.pdf>, Fecha de consulta: 2/05/2009.
- Laitinen, J. (2004), "From a new-firm survival to an industry leader". Presented at: Seminar in Business Strategy and International Business, Helsinki. University of Technology. Institute of Strategy and International Business. Citado por Gennero, en el artículo Dónde adquieren sus competencias y qué tipo de empresas crean los graduados universitarios
- Longenecker, J; More, C.; Petti, J.; 2001, Administración de pequeñas empresas, un enfoque emprendedor, Mexico, Thomson Learning.
- Veciana, J. (1997), ¿Emprendedor o empresario? Innovando, Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad de ICESI, 17: 1.
- Veciana, J. M. (1988) Empresario y proceso de creación de empresas. Revista Económica de Catalunya, vol. 8:2-34.
- <http://www.emprendedoresnews.com> Documento Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Fecha de consulta: 3/03/2008.

Resumen

El fomentar la creación de empresas depende de una articulación acertada de los diversos factores, tales como, los aspectos socioeconómicos, culturales, el sistema educativo, aspectos personales, institucionales. El presente trabajo se centra en la exploración y descripción de algunos factores del entorno que inciden en el emprendedorismo desde la mirada de los alumnos de 4º y 5º año de la carrera de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud. Para ello se seleccionaron los siguientes aspectos: edad, género, experiencia laboral, factores socioculturales (influencia familiar, valoración social del emprendedor y educación), redes de relaciones y políticas y condiciones regulatorias en el ámbito público. La presente contribución se desarrolla en el marco del proyecto de investigación "El espíritu emprendedor en la formación de la carrera de licenciatura en administración de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud – UNSE".

Entrepreneurship and the Context: an approach from the students' perceptions in the College Study Program in Business Administration

Abstract

The encouragement of new ventures largely depends on the right articulation of various factors such as socioeconomic, cultural, personal and institutional, as well as the educational system. This work focuses on the exploration and description of some of the factors affecting entrepreneurship from the viewpoint of advanced students doing the Study Program in Business Administration at the Faculty of Humanity, Social and Health Sciences. For this purpose, the following aspects were chosen: age, gender, labor experience, socio-cultural factors (family influence, social appraisal and educational level of the entrepreneurs), social and political connections, and regulatory conditions in the public sector. This paper has evolved from the research project: "The entrepreneur spirit in the training in the College Study Program in Business Administration, Faculty of Humanities, Social and Health Sciences, UNSE".