

CAPÍTULO 19

ESTUDIO EXPLORATORIO DE LA MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA EN EL ITCR

Juan Carlos Leiva Bonilla
Instituto Tecnológico de Costa Rica
jleiva@itcr.ac.cr

INTRODUCCIÓN

El fomento al espíritu emprendedor ha sido justificado de diversas maneras; democratización de la propiedad y riqueza, la generación de nuevas fuentes de empleo, el dinamismo innovador que imprimen las nuevas y pequeñas firmas, las posibilidades de encadenamiento entre diversos actores del escenario económico y la generación de competencia empresarial.

En el ámbito nacional el ITCR es reconocido como uno de los pioneros y se le reconocen logros importantes en la temática. Es por ello y dentro del mejoramiento de dicho accionar, que se ha planteado la presente investigación con el objetivo general de “determinar las motivaciones empresariales presentes en la población estudiantil del ITCR y evaluar el desempeño institucional en el fomento al espíritu emprendedor”. Vale señalar que para efectos de este estudio se entiende como motivación empresarial aquel estado de ánimo o disposición para abrir su propia empresa en un horizonte de tiempo definido.

En línea con lo anterior, los objetivos específicos planteados fueron:

- Establecer las motivaciones empresariales de los estudiantes próximos a graduarse en cuatro carreras del ITCR.
- Evaluar el impacto de las actividades de fomento al espíritu emprendedor en las motivaciones empresariales antes señaladas.
- Establecer las motivaciones empresariales de los estudiantes de nuevo ingreso en las carreras seleccionadas.

Es así como, basado en una revisión bibliográfica, se diseñó un modelo sobre “Motivaciones Emprendedoras en Estudiantes Universitarios” con el cual se procedió al análisis de la información recabada.

J. C. Leiva Bonilla

REVISIÓN TEÓRICA

El marco teórico del tema del Espíritu Emprendedor (EE) se halla en proceso de construcción. Claramente pueden hallarse varias acepciones, una de ellas lo define como sinónimo de espíritu empresarial mientras que otros amplían la definición hacia otros ámbitos de acción sociales y productivos (Rusque, 2002).

Es por ello que puede definirse EE como una forma de conducta personal mediante la cual una persona detecta oportunidades, organiza y gestiona recursos a fin de conseguir determinados resultados, los cuales puede ser de diversa índole (empresarial, social, corporativo, cooperativo, público, entre otros).

Entendiendo entonces que EE puede aplicarse en muy diversos ámbitos y concentrando el interés de este documento en EE empresarial se tiene que el marco teórico es abundante y rico.

Es así como el estudio del Espíritu Emprendedor puede abordarse con distintos enfoques. 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.

La perspectiva económica se ha concentrado históricamente en analizar el rol del emprendedor en su contexto económico y social, dejando de lado el estudio de cómo emergen y se crean las empresas (Kantis 2002, Gennero de Rearte Ana et al, 2000). Es hasta tiempos más recientes que algunos autores de esta línea se han abocado a explicar como es el fenómeno emprendedor.

Este tipo de explicaciones parten 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 (Mason 2000, Gennero de Rearte Ana et al, 2000).

En 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: la de rasgos o psicológica y la de proceso o conductual. (Gartner, 1988)

Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR

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 de logro, independencia, locus de control, autoconfianza, pensamiento intuitivo y orientación a la acción (Gibb and Ritchie citando a Mc. Clelland, 1982).

La *otra visión es la conductual o de proceso*, la cual considera 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 1984 , Gibb and Ritchie, 1982). Este enfoque pone el énfasis en aspectos de índole contextual como explicativos del acto emprendedor, dicho en palabras de Gartner (1988), “se intenta descifrar tanto el proceso de baile como el bailarín inmerso en el mismo”.

Continuando con esta línea de pensamiento se tiene que por ejemplo Gartner, quien es uno de sus principales exponentes, estima que debe analizarse todo el proceso implícito al crear una empresa y no solo la persona que la comienza, es decir: quién es el emprendedor no es la pregunta correcta sino más bien debe consultarse, cómo es el nacimiento de la organización desde el punto de vista del proceso y del individuo. Específicamente bajo su óptica de análisis, las variables fundamentales a explicar se relacionan con el individuo inmerso en la creación, las actividades efectuadas por el individuo en el proceso, la estructura organizacional y estrategia de la firma así como el contexto en el cual se lleva a cabo todo lo anterior.

Por su lado, 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. Específicamente propone que el nacimiento de una empresa nueva es el resultado de una decisión que contiene cuatro factores (necesarios pero no suficientes) como: un evento desubicador (displacement) en la vida del individuo; la disposición de actuar; credibilidad del acto y finalmente, disponibilidad de recursos.

Por su lado Gibb y Ritchie proponen una serie de factores básicos que determinan el surgimiento y éxito de las nuevas empresas. Estos factores son: i) Motivación y determinación, ii) Idea y mercado, iii) Recursos y iv) Habilidad.

El enfoque predominante en la presente investigación 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 o de proceso.

J. C. Leiva Bonilla

FACTORES GENERADORES DE MOTIVACIÓN EMPREDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS (CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO)

Como se apreció en la sección anterior existe un marco teórico en construcción para analizar el surgimiento de personas con motivación emprendedora y con ellas la creación de nuevas empresas. Lo anterior aplica con mayor razón cuando se desea estudiar motivaciones emprendedoras en gente universitaria con edad muy joven, como es el caso de esta investigación.

La revisión bibliográfica realizada deja ver que este tipo de investigaciones, enfocadas en estudiantes universitarios, son abundantes en algunos países desarrollados pero en el ámbito latinoamericano son relativamente escasas.

Dado lo anterior se ha diseñado un modelo que permita, tomando en consideración aspectos de los diferentes enfoques teóricos, entender como surge la Motivación Emprendedora (ME) entre personas jóvenes estudiantes universitarios.

Los factores generales incluidos en el modelo de análisis son: influencia familiar, experiencias previas, expectativas personales, educación y perspectivas económicas. Las variables seleccionadas para medir estos factores son:

- Percepción de ingresos económicos asociados a la carrera empresarial.
- Modelos de rol familiares.
- Experiencias laborales previas.
- Percepción de formación académica recibida.
- Participación en actividades de fomento al EE dentro de la Universidad.

Es valioso señalar que las variables anteriores pueden conducir a la creación de motivaciones emprendedoras, lo cual no significa precisamente creación de nuevas empresas, pues para ello intervienen otra serie de factores como oportunidades comerciales, ciclo económico, regulaciones y financiamiento entre otras. La figura 1 permite apreciar la interrelación de factores mencionados.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El objetivo general de la investigación fue: determinar las motivaciones empresariales presentes en la población estudiantil del ITCR y evaluar el desempeño institucional en el fomento al espíritu emprendedor. Para efectos de este estudio se entiende como motivación empresarial aquel estado de ánimo o disposición para abrir su propia empresa en un horizonte de tiempo definido.

A su vez los objetivos específicos fueron:

1. Establecer las motivaciones empresariales de los estudiantes próximos a graduarse en cuatro carreras del ITCR.

Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR

2. Evaluar el impacto de las actividades de fomento al espíritu emprendedor en las motivaciones empresariales antes señaladas.
3. Establecer las motivaciones empresariales de los estudiantes de nuevo ingreso en las carreras seleccionadas.

Las carreras incluidas en el estudio fueron cuatro, dos de ellas en donde el curso “Desarrollo de Emprendedores” sea obligatorio y otras dos donde no se imparta dicha materia. Se procuró que las condiciones de mercado (y de contexto en general) existentes en el momento de la investigación fueran relativamente similares para de esta forma disminuir las diferencias atribuibles directamente al ambiente propio de cada profesión (existen aspectos de mercado, entorno, regulaciones y otros aspectos propios de cada profesión que pueden impulsar en mayor o menor medida la creación de empresas afines a esa profesión)

Específicamente las carreras de ingeniería incluidas fueron: Biotecnología (IB), Electrónica (IE), Agroindustria (IA) y (DI) Diseño Industrial. Para la recolección de la información se visitó personalmente las aulas en donde los estudiantes objeto de la investigación recibían lecciones durante el mes de abril del año 2003

RESULTADOS Y HALLAZGOS

Motivaciones empresariales

A la mayoría de estudiantes entrevistados les resulta atractiva la idea de crear su propia empresa en el largo plazo

Ante la consulta de qué pensaba respecto a la idea de abrir su propia empresa, los estudiantes próximos a graduarse de las cuatro carreras manifestaron en su mayoría (entre 60 y 80%) que esta idea les resultaba atractiva en el largo plazo.

En lo que respecta al grupo de estudiantes de reciente ingreso se obtuvo que también a la mayoría le interesaría abrir su propia empresa en el largo plazo y los porcentajes en este sentido son muy similares a los estudiantes próximos a graduarse.

Tratando de analizar mejor esta variable, y considerando que la dimensión “largo plazo” puede ser algo etérea en el razonamiento de los estudiantes, se consultó también respecto a cuáles eran sus intereses inmediatos una vez finalizado sus estudios en el TEC (Motivación Emprendedora de Corto Plazo), lo cual produjo el siguiente resultado.

J. C. Leiva Bonilla

Entre 45 y 69 % de los estudiantes, próximos a graduarse en cada una de las carreras, respondieron estar interesados en crear su propia empresa cuando concluyan sus estudios

Frente a otras alternativas, como ser empleado de una empresa privada pequeña o mediana, empleado de empresa privada grande o empleado público, una mayoría importante valoró positivamente convertirse en empresario (véase cuadro 1).

Una observación llamativa es la baja ponderación de gente motivada a trabajar con PyMEs, salvo el caso de IE en donde un 20.83% sí lo manifestó.

Por ende es posible afirmarse que todos los estudiantes de las carreras estudiadas poseen elevada motivación emprendedora de corto plazo aunque resaltan los de DI, quienes parecen apreciar menos, comparativamente, otras alternativas profesionales. En cambio en las restantes carreras los estudiantes si aprecian con buenos ojos otras posibilidades laborales, además de la empresarial.

Indudablemente en lo anterior influyen situaciones particulares del contexto de cada carrera profesional. Además como se mencionó previamente, este tipo de respuesta no se puede correlacionar con una tasa de creación de empresas determinada pues para que esto ocurra influyen otros elementos (apoyo familiar y del círculo social, situación del mercado laboral, capacidad de detectar oportunidades y gestionar recursos, entre otros) pero si es una muestra muy interesante del potencial emprendedor de la población estudiantil investigada.

Otro dato útil es el análisis es la motivación emprendedora de corto plazo entre las personas de recién ingreso a las carreras. Por ejemplo en las carreras de IB e IA es mayor el porcentaje de personas de reciente ingreso quienes manifestaron el deseo de crear su propia empresa cuando finalicen sus estudios versus las personas próximas a graduarse. En el caso de las otras dos carreras es mayor el porcentaje de motivación emprendedora de corto plazo entre las personas próximas a graduarse.

Estos datos deben tomarse con cuidado pues la muestra de estudiantes de reciente ingreso está conformada por personas muy jóvenes quienes apenas inician su transcurrir en la educación universitaria, pero no es menor considerar que en este momento su motivación emprendedora de corto plazo es elevada y en cierta forma su paso por el ITCR puede disminuirla (en el caso de las dos carreras citadas).

Perfil

Puede afirmarse que en cuanto a perfil se hallan diferencias en la edad de las personas y presencia de padres o madres empresarias pero en las restantes variables incluidas en el estudio (sexo, ingresos familiares, tipo de colegio de secundaria) no existen mayores divergencias entre ambos grupos de estudiantes.

Es importante mencionar que algunas pruebas estadísticas aplicadas (agrupamiento, chi cuadrado) indican que no existen diferencias estadísticas en los atributos estudiados ni correlación con las diferencias halladas.

Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR

Factores motivadores

Percepción de ingresos económicos

Entre 69 y 84% de los estudiantes próximos a graduarse, considera que ser empresario le generará mas dinero que otras alternativas de ejercicio profesional.

Entre carreras los estudiantes de IB e IA son quienes también estiman que el ejercicio profesional como empleado de una empresa grande puede generarles mayores ingresos económicos. Por su lado la gente DI y IE tiene menor percepción favorable respecto a otras fuentes de ejercicio profesional y la remuneración económica asociada a ellas.

En cuanto a los estudiantes de recién ingreso se halló que salvo en la carrera de IB, la percepción de personas quienes estiman que ganarían mas dinero como empresario es menor. Lo anterior podría significar que en parte la formación universitaria refuerza la presunción que como dueño de su propia empresa se puede ganar mas dinero.

Tratando de vincular mas variables, se relacionó esta percepción de mejores ingresos económicos como empresario con el interés de poseer su propia empresa en el corto plazo (cuadro 5) y se obtuvo que en las carreras de IB e IE las personas quienes manifestaron estar de acuerdo con la afirmación (tener mi propia empresa me generará mas dinero que otras alternativas) son las mas interesadas en crear su propia empresa en el corto plazo.

Aunque el diseño del estudio no permite concluir en este sentido, podría pensarse que las personas de IB e IE tienen como un elemento motivador mas fuerte la percepción de mejores ingresos económicos. Además tampoco es un dato menor considerar que en estas carreras es obligatorio el curso de Desarrollo de Emprendedores.

Modelos de rol familiares

Considerando la presencia de padres y familiares cercanos empresarios (hermanos, tíos o primos), se tiene que **una alta porción de los estudiantes encuestados han estado sometidos a alguna influencia en este sentido (entre 40 y 60%)**.

Analizando en detalle la relación entre padres empresarios e hijos o hijas motivadas a seguir sus pasos se obtiene que aunque los porcentajes son mayores, es decir los hijos de empresarios están mas dispuestos a tener su propia empresa en el corto plazo, las diferencias no son muy importantes (véase cuadro 6). Lo anterior es muy importante y se relaciona con lo mencionado anteriormente, es decir la influencia familiar en este sentido es importante pero no marca mayores diferencias entre la población estudiantil analizada.

Aplicando el mismo análisis pero enfocado en familiares cercanos (cuadro 7) se nota como en IA y DI si existe una diferencia importante entre quienes aspiran tener su propia empresa en el corto plazo y poseen familiares cercanos empresarios

J. C. Leiva Bonilla

(75 versus 25% y 88 versus 44% respectivamente). Ergo, la influencia de ese círculo familiar cercano ha sido mas importante en la generación de motivaciones empresariales en estas carreras.

Experiencias laborales previas

En todas las carreras analizadas, en promedio **3 de cada 4 personas tienen experiencias laborales previas**, resultando las más comunes la combinación de trabajo y estudio así como los trabajos temporales no fijos.

Relacionándolo con el interés de convertirse en empresarios en el corto plazo, en las carreras de IB y de IE se nota claramente como las personas con experiencias laborales previas tienen mayor inclinación a crear su propia empresa en dicho plazo (60 versus 8%, 70 versus 67%). Por su lado en las otras dos carreras no existe dicha relación y mas bien es mayor la proporción de personas sin experiencia laboral quienes desean convertirse en empresarios en el corto plazo.

Percepción de formación profesional recibida

Un aspecto que influye en la motivación empresarial es la auto evaluación en cuanto a la disponibilidad de capacidades personales para emprender. En este punto es notable como, **salvo la carrera de IA, la mayoría estima que la formación recibida en e ITCR no lo capacita para ser empresario.**

Específicamente, en IA la mayoría de encuestados (75%) considera que la formación del ITCR si lo capacita para ser empresario, en IB (40%) y en las otras dos carreras la mayoría de encuestados opinan que están más capacitados para ser empleados de empresa privada (85% DI y 88% IE).

Entonces, al igual que muchos otros estudios latinoamericanos, se refuerza la necesidad de ampliar y mejorar la formación empresarial de los estudiantes, si se desea incrementar las vocaciones empresariales en esta población.

No obstante resulta interesante apreciar como, a pesar de esta baja percepción sobre la formación empresarial recibida, se notan altos niveles de motivación emprendedora.

En línea con lo anterior, al relacionar esta percepción del estudiante con su motivación emprendedora en el corto plazo se vislumbra como, entre las personas quienes estiman que su formación los capacita para ser empresarios un 54% posee motivación emprendedora en el corto plazo, mientras que entre aquellos de opinión contraria (su formación profesional no los capacita para ser empresarios) un 55% desea poseer su propia empresa en el corto plazo. Como puede verse entonces, no es factible asociar la percepción de la formación académica con una mayor motivación empresarial en el corto plazo.

También es interesante relacionar esta opinión, respecto a la formación profesional recibida, con la presencia del curso de Desarrollo de Emprendedores en cada carrera.

Por ejemplo en IB y en IE (donde el curso de Desarrollo de Emprendedores es obligatorio) casi la mitad opinó que si son formados para crear su propia empresa.

Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR

En el caso de IA, el curso no es obligatorio, tampoco participan relativamente en las actividades de fomento (esto se verá en la siguiente sección), pero si dicen estar formados para convertirse en empresarios, lo cual pareciera señalar una activa labor de la Escuela.

En el caso de DI, la mayoría estima no haber sido preparado para la vida empresarial, el curso no es obligatorio pero casi un 50% dice haber participado de actividades de fomento al EE (este tema se analizará en la siguiente sección).

Participación en actividades de promoción del EE

El análisis incluyó también el conocimiento y participación de los estudiantes en las actividades promocionales del espíritu emprendedor organizadas por el TEC.

En cuanto al curso de Desarrollo de Emprendedores, es obligatorio en las carreras de IB e IE, por lo tanto un elevado porcentaje de las personas próximas a graduarse lo han cursado (81 y 96% respectivamente). Más interesante entonces resulta indagar respecto a la opinión de los estudiantes sobre dicho curso, resultando un **predominio de opiniones favorables pero con mayor intensidad en la carrera de IE.**

En cuanto a la participación en actividades de fomento al espíritu emprendedor, son minoría quienes manifestaron haber participado en alguna (28%), salvo el caso de DI en donde un 50% si ha tomado parte de alguna actividad de estas. Resalta además que en las dos carreras en las cuales el curso no es obligatorio, mas gente dice haber participado de actividades de fomento al EE.

Vinculando lo anterior con la motivación emprendedora de corto plazo se encontró que entre las personas quienes manifestaron su participación en alguna actividad de fomento al EE un 68% posee motivación emprendedora de corto plazo, mientras por el otro lado un 49% de las personas sin participación en dichas actividades también poseen motivación emprendedora de corto plazo. Lo anterior señala claramente una diferencia en la motivación emprendedora de las personas participes en actividades de fomento como son la Feria de Ideas de Negocios, el Concurso Nacional Emprendedor y algunos Foros así como Conferencias organizadas con este fin por el ITCR.

CONCLUSIONES

En cuanto a **motivaciones emprendedoras**, un alto porcentaje de los estudiantes próximos a graduarse, entrevistados en las cuatro carreras incluidas en el estudio, desea tener su propia empresa en el largo plazo (60 a 81%) y también muchos desean tenerla cuando finalicen sus estudios en el ITCR (45 y 69 %).

Sin embargo tal y como se mencionó, no es factible correlacionar este indicador con una determinada tasa de creación de empresas, pues para esto influyen otros elementos (apoyo familiar y del círculo social, situación del mercado laboral, capacidad de detectar oportunidades y gestionar recursos, entre otros). No obstante

J. C. Leiva Bonilla

si es una muestra muy interesante del potencial emprendedor de la población estudiantil investigada.

El estudio incluyó un análisis del perfil presente en cada población y en general se encontró que se hallan diferencias en la edad de las personas y la presencia de padres o madres empresarias pero en las restantes variables examinadas (sexo, ingresos familiares, tipo de colegio de secundaria) no existen mayores divergencias entre los estudiantes. Además tampoco se halló evidencia de diferencias estadísticas en los atributos estudiados ni correlación con las diferencias halladas.

Al analizar **los factores de dicha motivación emprendedora** se nota como, en lo referente a **percepción de ingresos económicos**, una mayoría importante (entre 69 y 84%) de los estudiantes próximos a graduarse, considera que ser empresario le generará mas dinero versus otras alternativas de ejercicio profesional.

Se halló evidencia que las personas de IB e IE tienen como un elemento motivador mas fuerte la percepción de mejores ingresos económicos, lo cual a su vez podría estar relacionado con la obligatoriedad de la materia “Desarrollo de Emprendedores”.

Con base en el análisis del grupo control, también se concluye que formación universitaria refuerza la presunción que como dueño de su propia empresa se puede ganar mas dinero.

En cuanto a **modelos de rol familiares**, un elevado porcentaje de los estudiantes encuestados han estado sometidos a alguna influencia en este sentido.

En el caso de los padres podría afirmarse que la influencia familiar en este sentido es importante pero no marca mayores diferencias entre la población estudiantil analizada, dado que aunque los hijos de empresarios están mas dispuestos a tener su propia empresa en el corto plazo, las diferencias (con respecto a hijos de no empresarios) son poco importantes. En el caso de las madres tampoco no se halló una influencia relevante.

Contrariamente en el caso de familiares cercanos se halló más evidencia (en IA y DI) de diferencias de motivación emprendedora de corto plazo originadas por influencia de este círculo familiar básico.

En cualquier caso la influencia general del círculo familiar básico es también una explicación importante de la motivación emprendedora de corto plazo señalada.

Por su lado, en el tema de **experiencias laborales previas**, en promedio 3 de cada 4 personas tienen experiencias laborales previas, resultando las más comunes la combinación de trabajo y estudio así como los trabajos temporales no fijos.

En línea con lo anterior solamente se halló evidencia de que las experiencias laborales fomentaron una mayor vocación emprendedora en dos de las carreras (IB y IE).

Relativo a la **percepción de formación profesional recibida**, en general la mayoría de estudiantes opinan que la formación recibida en el ITCR no los capacita para ser empresarios, a excepción de la carrera de IA. Tampoco se halló correlación entre la opinión de que su formación académica lo capacite para

Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR

convertirse en empresario con mayores motivaciones emprendedoras de corto plazo.

Asimismo en cuanto a **participación en actividades de promoción del EE** se halló evidencia de mayor motivación emprendedora entre las personas participes en actividades de fomento con respecto a quienes no participaron.

Las actividades de fomento al EE del ITCR pueden catalogarse como curriculares (curso Desarrollo de Emprendedores) y extra curriculares (Feria de Ideas de Negocios, Concurso Nacional Emprendedor, Jornadas y Conferencias) y puede afirmarse que desde la perspectiva del ITCR ha existido una diversidad de acciones que de alguna forma han influido en la motivación emprendedora elevada que se halló. Esta mezcla ha sido diversa y distinta para cada carrera, de ahí que exista diversidad en los resultados.

**RESUMEN DE FACTORES MOTIVADORES Y SU RELACIÓN CON LA
MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA**

Factor de motivación emprendedora	Grado de relación hallado en la investigación	Diferencias relevantes por carrera
Percepción de ingresos económicos	Alta	En IB y en IE esta factor es más fuerte y podría asociarse con la obligatoriedad de la materia de Desarrollo de Emprendedores.
Modelos de rol familiares	Alta, especialmente en familiares cercanos que no son sus padres	En IA y DI es más fuerte la influencia de ese círculo familiar básico.
Experiencias laborales previas	Moderada	En las carreras de IB e IE es donde existe mayor presencia de esta influencia.
Percepción de formación profesional recibida	Baja	No hay diferencias significativas.
Participación en actividades promoción	Alta	En IB y en IE el curso es obligatorio, en DI la gente manifiesta mayor participación en actividades extracurriculares, en IA no llevan la materia ni participan relativamente mucho en actividades de fomento.

J. C. Leiva Bonilla

RECOMENDACIONES

Los factores aquí esbozados no pretenden convertirse en una explicación exhaustiva de las motivaciones emprendedoras halladas, mas bien pretenden ser un aporte al análisis y reflexión del accionar institucional en la temática. Tomando como marco general los factores estudiados como componentes de la motivación emprendedora, pueden trazarse las siguientes recomendaciones.

Los modelos de rol familiares son muy importantes en la motivación emprendedora. No obstante un estudio del cual formó parte este servidor señaló que los modelos de rol empresariales provenientes de la sociedad costarricense en general son muy débiles (Kantis 2002). Lo anterior se refuerza en esta indagación e indica como el ITCR podría contribuir a expandir esa fuente de modelos de rol.

En cuanto a experiencias laborales previas es claro que no han sido mayoritariamente generadoras de vocaciones empresariales entre el estudiantado institucional. En este sentido el ITCR, mediante sus cursos y diversas actividades, debería tratar de proporcionar esa clase de estímulos, de forma tal que experiencias vivenciales de ese tipo contribuyan a reforzar las citadas motivaciones emprendedoras.

Las personas perciben que no se les forma para la carrera empresarial, lo cual en opinión del autor es en gran medida cierto. Aunque se posee un curso y algunas actividades extra curriculares valiosas e importantes, falta todavía implementar el emprendedurismo como una variable transversal en la formación profesional impartida por el ITCR.

En línea con lo anterior es necesario llevar la formación emprendedora a cada aula, lo cual implica tener mas profesores comprometidos y capacitados con el tema y además debe ampliarse la cobertura de las actividades extra curriculares (en lo cual los profesores también son fundamentales).

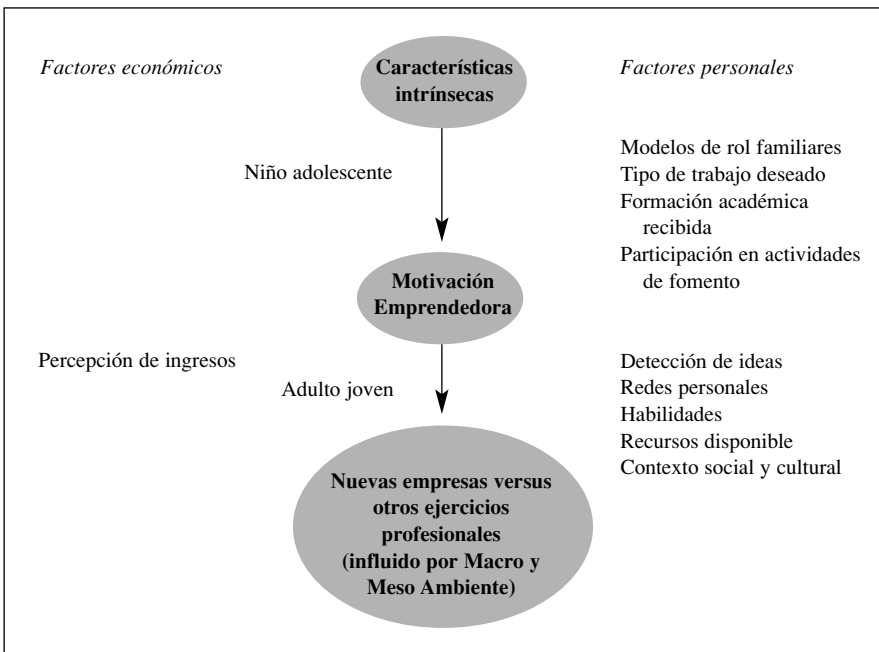
Otras medidas factibles de implementar, algunas de las cuales están dentro de la corriente del III Congreso Institucional que se efectúa en esta época y otras están siendo preparadas por el Programa de Emprendedores y la Escuela de Administración de Empresas, son asuntos como:

- Más formación en conductas emprendedoras personales, ya sea a través de los cursos o de actividades extra curriculares.
- Mayor vinculación de los estudiantes con empresarios y con el Centro de Incubación de Empresas.
- Estudiantes realizando investigación en materia de Emprendedurismo.
- Escritura y utilización de casos de personas emprendedoras exitosas.
- Posibilidad de utilización de prácticas de especialidad para efectuar planes de negocios.
- Acceso a posibilidades de financiamiento para que las personas con motivación emprendedora de corto plazo y con planes de negocios viables puedan lanzar su empresa desde el ITCR, de forma tal que se aumente el impacto y además redunde en otros beneficios (experiencia del ITCR en general, modelos de rol favorables, generación de casos exitosos, entre otros).

Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR

Finalmente vale agregar que muchos estudios señalan que regularmente las principales motivaciones de las personas emprendedoras están asociadas a factores no económicos. En este sentido el desarrollo de motivaciones emprendedoras debe estar ligada no solamente a factores de índole económica, es decir las vocaciones emprendedoras también deberían estar vinculadas con personas poseedoras de planes de vida meditados, con aspiraciones más allá de las monetarias y en las cuales la carrera empresarial sean un medio para su logro. Por lo tanto resultaría muy interesante indagar aun más, respecto a dichas motivaciones no monetarias.

FIGURA 1.
MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS EN
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS



Fuente: Elaboración propia.

J. C. Leiva Bonilla

CUADRO 1.
INTERÉS LABORAL DE LOS ESTUDIANTES
PRÓXIMOS A GRADUARSE AL CONCLUIR SUS ESTUDIOS EN EL TEC.
RESPUESTAS DE OPCIÓN MÚLTIPLE

Alternativas	IB	IA	DI	IE
Empleado de empresa privada pyme	14,29	12,50	7,69	20,83
Empleado de empresa privada grande	48,57	50,00	15,38	25,00
Empleado empresa pública	14,29	0,00	0,00	12,50
Creando su propia empresa	45,71	50,00	69,23	54,17
Otras	11,43	0,00	7,69	8,33

Fuente: Elaboración propia Carrera de Ingeniería en Biotecnología (IB), Electrónica (IE), Agroindustria (IA) y (DI) Diseño Industrial.

CUADRO 2.
MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES PRÓXIMOS A
GRADUARSE SEGÚN PERCEPCIÓN DE INGRESOS Y CARRERA.
EN PORCENTAJES

Carrera	Piensa que ganaría mas dinero teniendo su empresa	Le interesa tener su empresa propia en corto plazo	
		Si	No
IB	Si	60 %	40 %
	No	8 %	92 %
IA	Si	67 %	33 %
	No	100 %	100 %
DI	Si	64 %	36 %
	No	100 %	0 %
IE	Si	76 %	24 %
	No	20 %	80 %
Total	Si	68 %	32 %
	No	15 %	85 %

Fuente: Elaboración propia.

Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR

CUADRO 3.
MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES
PRÓXIMOS A GRADUARSE POR OCUPACIÓN DE PADRES Y CARRERA.
EN PORCENTAJES

Carrera	Padre o madre empresaria	Le interesa tener su empresa propia en el corto plazo	
		Si	No
IB	Si	50 %	50 %
	No	35 %	65 %
IA	Si	50 %	50%
	No	50 %	50 %
DI	Si	72 %	28 %
	No	67 %	33 %
IE	Si	70 %	30 %
	No	62 %	38 %
Total	Si	61 %	39 %
	No	50 %	50 %

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 4.
PRESENCIA DE FAMILIARES CERCANOS CON EMPRESA PROPIA.
EN PORCENTAJE

Carrera	Familiar cercano o empresari	Le interesa tener su empresa propia en el corto plazo	
		Si	No
IB	Si	44 %	56 %
	No	38 %	62 %
IA	Si	75 %	25 %
	No	25 %	75 %
DI	Si	88 %	12 %
	No	40 %	60 %
IE	Si	64 %	36 %
	No	67 %	33 %
Total	Si	62 %	38 %
	No	46 %	54 %

Fuente: Elaboración propia.

J. C. Leiva Bonilla

**CUADRO 5.
EXPERIENCIAS LABORALES PREVIAS Y MOTIVACIÓN
EMPREDEDORA DE LOS ESTUDIANTES PRÓXIMOS A GRADUARSE
POR CARRERA. EN PORCENTAJES**

Carrera	Experiencias laborales	Le interesa tener su empresa propia en corto plazo	
		Si	No
IB	Si ha tenido	60 %	40 %
	No ha tenido	8 %	92 %
IA	Si ha tenido	43 %	57 %
	No ha tenido	100 %	0 %
DI	Si ha tenido	70 %	30 %
	No ha tenido	67 %	33 %
IE	Si ha tenido	74 %	26 %
	No ha tenido	43 %	57 %
Total	Si ha tenido	64 %	36 %
	No ha tenido	30 %	70 %

Fuente: Elaboración propia.

BIBLIOGRAFÍA

- GARTNER, William. (1988): "Who is an entrepreneur?. Is the wrong questions". American Journal of Small Business, n 12, pp 11-32 , Spring 1988.
- GENNERO DE REARTE Ana, BALTAR Fabiola, LISERAS Natacha. (2000): "Diferencias espaciales en la gestación de ideas empresariales en Argentina". Universidad Nacional de Mar del Plata. Trabajo presentado en la IV Reunión anual de la red PyMEs del Mercosur, Noviembre de 1999, Mar del Plata.
- GIBB, Allan; RITCHIE, John. (1982): " Understanding the process of starting small businesses", European Small Business Journal, 1,1, 1982:26-46
- GRAÑA Fernando Manuel. (2002): "Creación de Empresas:Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentines", Editorial de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Editorial Martín, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.
- KANTIS, Hugo. (2002): *Empresarialidad en economías emergentes: la creación de empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo, Universidad Nacional de General Sarmiento. Octubre 2002.
- MASON, Collin. (2000): "Seminario The Entrepreneurial Event". Maestría en Economía y Desarrollo Industrial de la Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires: IDES, 13 septiembre.
- REYNOLDS, P.; STOREY, D. Y WESTHEAD, P. (1994): "Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates", Regional Studies N° 28.
- RUSQUE, Ana María, (2003): Conferencia: "De la capacidad emprendedora basada en rasgos individuales a la capacidad emprendedora como responsabilidad social". Encuentro de la Red Motiva, Noviembre 2003, San José, Costa Rica
- SHAPERO, Albert. (1984): "The Entrepreneurial Event", en Kent CA (ed), *The enviroment for the entrepreneurship*, Lexington: Lexington Books, pp. 21-40.
- SHAPERO, Albert. (1978): "Entrepreneurship and Economic Development", en Naumes(ed), *The Entrepreneurial Management in the Small Business*, Addison-Wesley, Reading: Mass pp 183-202.
- SEXTON, D. L. Y BOWMAN-UPTON, N. (1990): "Entrepreneurship: Creativity and Growth", Macmillan, Capítulo 2.
- TIFFIN Scott , (2002): Conferencia: ¿ Que es espíritu emprendedor ? Impartida durante la 1ª Jornada de Desarrollo del Espíritu Emprendedor en Costa Rica, Instituto Tecnológico de Costa Rica, San José, septiembre 2002 .