

**CREACIÓN DE EMPRESAS MEDIANTE UN
CONCURSO NACIONAL DE EMPRENDEDORES**

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COSTA RICA

**Juan Carlos Leiva Bonilla
jleiva@itcr.ac.cr
Programa de Emprendedores**

Junio 2002.

RESUMEN EJECUTIVO

El espíritu emprendedor, entendido como el proceso de creación de nuevas empresas en un país, es hoy día una fuente de desarrollo económico dentro de la economía globalizada imperante. Los beneficios socioeconómicos asociados varían entre 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.

Consciente de lo anterior el Instituto Tecnológico de Costa Rica incursionó en dicha temática mediante la apertura de un Centro de Incubación de Empresas (CIE) y poco tiempo después de un Programa de Emprendedores (PE) adscritos ambos a su Vicerrectoría de Investigación y Extensión (VIE).

Dentro de este esquema de trabajo uno de los instrumentos de mayor impacto y proyección es el Concurso Nacional de Emprendedores (CNE), el cual persigue la promoción del espíritu emprendedor y la apertura de nuevas empresas tecnológicas en Costa Rica

En razón de lo anterior esta investigación tiene como objetivo: “evaluar y caracterizar los resultados del Concurso Nacional de Emprendedores”. Los objetivos específicos del trabajo fueron definidos como:

1. Establecer cuántas empresas han surgido influenciadas o apoyadas por su participación en el CNE.
2. Caracterizar demográficamente a las nuevas empresas y las personas que las fundaron a partir de esta experiencia. Además hacer lo mismo con las personas que no fundaron su empresa y buscar diferencias relevantes.
3. Describir como es la etapa de inceptión del proceso de creación de empresas de este panel de concursantes y que rol jugó la participación en el CNE.

El enfoque teórico utilizado fue ecléctico al considerar los diversos aportes de las diversas teorías referentes al proceso de creación de empresas y una parte del marco analítico fue desarrollado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Los principales resultados obtenidos fueron:

Un total de 18 empresas han surgido motivadas o influenciadas por su participación en el Concurso Nacional de Emprendedores.

Desde sus inicios en 1996, el Concurso Nacional de Emprendedores ha sido realizado en cuatro ocasiones. A través de ese período de tiempo se recibieron 82

ideas o proyectos empresariales, de los cuales 59 presentaron un plan de negocios. A partir de esos planes de negocios se fundaron 18 empresas.

La categoría de proyectos presentados más habitual es la de servicios o manufacturas, que abarca un 60% de las propuestas, seguido por electrónica / computación así como agropecuario / agroindustria con 18 y 16 % respectivamente. En la última posición se hallan los proyectos de biotecnología 4%. En cuanto a empresas realmente iniciadas los comportamientos entre categorías son similares.

El 50% de las empresas encuestadas están asociadas el sector del conocimiento aunque el 100% manifestó tener su ventaja competitiva relacionada con algún tipo de conocimiento.

Clasificadas como empresas del sector conocimiento versus empresas del sector convencional se tiene que la mitad de las empresas relevadas pertenecen al sector del conocimiento. Quizá un dato más interesante es que la totalidad de empresas manifestaron que compiten fundamentados en algún tipo de conocimiento experto que les provee importantes ventajas en su desempeño. Estos conocimientos están estrechamente vinculados con sus campos de acción y han sido la principal base para el funcionamiento de las firmas.

Las personas que crearon su empresa lo hicieron en su mayoría cuando tenían entre 25 y 34 años, el 100% son profesionales y la mayor parte proviene de familia de clase media

La edad típica en que la gente arranca sus organizaciones es el rango de 25-34 años, en donde la madurez, disponibilidad de recursos y apoyo es más estable. En cuanto al porcentaje de profesionales es probable que por ser un concurso auspiciado por una universidad se presente de esa forma. Un dato adicional muy interesante es que **un 63% de las personas encuestadas en este categoría decidió convertirse en empresario antes de los 25 años.**

La mitad de los encuestados decidió abrir su empresa en grupo, lo cual muestra una alta proporción a la conformación de grupos de trabajo y las motivaciones que impulsaron a las personas a participar en el Concurso Nacional de Emprendedores no son iguales entre quienes si abrieron su propia empresa y aquellos que no lo hicieron.

Las principales motivaciones que tuvieron las personas que si empezaron su propia empresa fueron iniciar su propia empresa (38% de menciones), intercambiar experiencias y/o contactos (25%) así como promocionar su idea de negocio (25%)

Si bien es cierto en ambos casos el hecho de iniciar su propia empresa y promocionar su idea de negocios fue una motivación importante, es notorio como entre las personas que no crearon su propia empresa surgen otras motivaciones

importantes como el hecho de “ser promovido por el curso de Desarrollo de Emprendedores” impartido por el ITCR o el hecho de buscar el apoyo y respaldo de los organizadores.

Las experiencias previas de las personas que si fundaron su empresa son diferentes de aquellas que no la fundaron.

En este apartado surge una diferencia muy interesante pues se observa como entre las personas que si abrieron su empresa predominan aquellos con experiencias empresariales: 51 % eran empresarios, 26% empleados de otra empresa y 23% estaban en otras actividades diferentes. Estas personas que fueron anteriormente empresarios provienen de pymes, ya fuese en áreas relacionadas con su actual empresa o en áreas distintas de la actual.

En cambio en el caso de personas que no abrieron sus empresas se nota un predominio de personas que anteriormente fueron empleados, mayoritariamente de pyme (76% eran empleados, 8% empresarios y 16% en otras actividades).

Este hallazgo concuerda parcialmente con algunas teorías que indican que las personas con experiencias provenientes de las pymes tiene mayor propensión a crear su propia empresa pues provienen de contextos más favorables para ello.

Las dos principales motivaciones para la decisión de convertirse en empresarios fueron: lograr su realización personal y poner en práctica sus conocimientos.

A partir de una serie de posibles factores motivadores, de índole económico y no económico, las personas entrevistadas mencionaron a su realización personal y aplicación de conocimientos como las dos más importantes (46% de menciones). También resaltaron el hecho de convertirse en su propio jefe (38%) y contribuir a la sociedad (31%). No obstante un 46% también mencionó alguno de los aspectos económicos incluidos en la pregunta como un factor importante, no el más importante pero si digno de considerar.

Las dos fuentes de identificación de oportunidades de negocios más importantes fueron la interacción o discusión con otras personas (100% de los encuestados) y las experiencias en trabajos o actividades previas (88%).

A la hora de identificar oportunidades de negocios los empresarios acudieron principalmente a fuentes personales como otras personas (parte de una red de contactos) y sus propias experiencias pasadas. Esto marca un derrotero muy importante en lo que respecta a oportunidades de negocios, comprobando una vez mas la importancia del contexto cercano al emprendedor como la mejor fuente de generación de nuevas empresas.

La mayoría de las empresas iniciaron vendiéndole a consumidores individuales mientras que la venta a otras empresas no fueron muy importantes.

Se determinó que el principal cliente inicial (los generadores de que la oportunidad se transforme en negocios real) de las empresas fueron consumidores individuales en mercados nacionales.

En línea con lo anterior se obtuvo que la estrategia empresarial más usual en los inicios de las empresas fueron: diferenciación, precio e innovación a nivel nacional (25% cada una). Esto concuerda con lo anteriormente señalado en cuanto a la necesidad percibida por las empresas de buscar estrategias que les permitieran competir apropiadamente en mercados masivos, con gran nivel competitivo y sin disponer de gran cantidad de recursos.

Un alto porcentaje de participantes consideró su participación en el concurso de emprendedores como de alta o muy alta importancia y el principal aporte que estiman haber recibido es de carácter motivador.

Tratando de hallar cual ha sido la importancia y el principal aporte que puede rescatarse del CNE, se consultó a los participantes acerca del mismo y un 88% estimó en alta o muy alta esta importancia. En cuanto al principal aporte un 38% manifestó que incrementó su motivación empresarial, un 29% que le enseñó a conceptualizar y elaborar un plan de negocios, y un 24% que le indujo hábitos de planificación y pensamiento estratégico.

Dada la modalidad de la pregunta (respuesta múltiple) puede resaltarse que en general las respuestas oscilaron en tres grandes categorías: elementos motivadores, aspectos técnicos (planes de negocios, pensamiento estratégico, planificación) y factores empresariales (promocionar mi idea de negocios, tener una mejor visión empresarial, aumentar mis contactos).

La ponencia completa será enviada vía e-mail.