

**EL PROCESO DE NACIMIENTO DE LAS  
EMPRESAS CREADAS A PARTIR DEL  
CONCURSO NACIONAL DE  
EMPRENDEDORES Y DEL PROGRAMA DE  
FORMACIÓN EN ESPÍRITU EMPRENDEDOR  
DEL ITCR, Y VALORACIÓN DEL ENTORNO  
NACIONAL DE APOYO A LOS  
EMPRENDEDORES NACIENTES**

Proyecto de investigación. VIE, ITCR, septiembre 2007  
Juan Carlos Leiva Bonilla. Investigador responsable  
Escuela de AE.

# Justificación del estudio

- Espíritu emprendedor y sus múltiples beneficios: personales, sociales y económicos.
- Es política institucional desde 1998.
- Está definido como prioridad de la Escuela de AE.
- Se han venido ejecutando labores desde 1996 para su fomento.

# Objetivos

## General

- Generar información para el ITCR y para la comunidad nacional que sirva de insumo para los programas y acciones institucionales de fomento a los emprendedores nacientes.

## Específicos

- Determinar y caracterizar el número de empresas creadas a partir del Concurso Nacional Emprendedor (CNE) y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor del ITCR (PFEE).
- Establecer cuales fueron las fuentes de donde surgieron las ideas de negocios de las personas que crearon su empresa.
- Conocer por parte de las personas que crearon su empresa, cuál es la percepción sobre los principales obstáculos y facilidades para la creación de empresas en CR.
- Conocer la percepción de los emprendedores sobre cuál fue el papel del CNE o del PFEE en su decisión de implementar su idea de negocio.

# Marco teórico

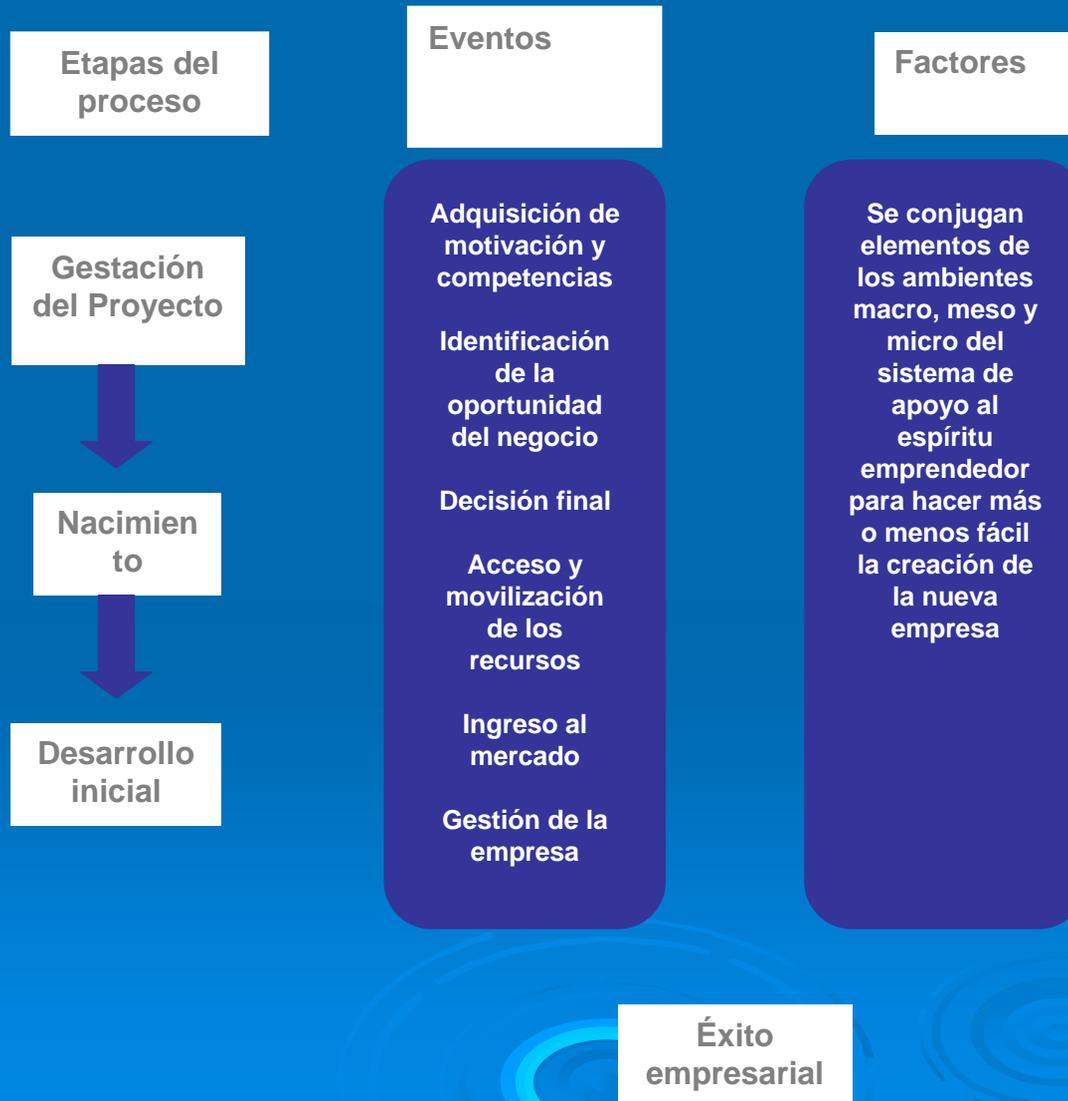
Según Fayolle y Bruyat (2002, p.3) hay tres enfoques:

- El del “qué” (what): visión económica.
- El del “por qué y quién” (why – who): visión desde las ciencias humanas.
- El del “cómo” (how): visión desde las ciencias de la administración y del comportamiento organizacional.

Según Graña, (2002, p.8) se puede ver desde la oferta y demanda de emprendedores.

Se utilizó el modelo de Kantis et al (2002) en sus investigaciones para el BID. Es ecléctico.

# El modelo de creación de empresas de Kantis et al



# Diseño de la investigación

- Exploratorio y descriptivo.
- Se definieron preguntas orientadoras para cada fase del proceso descrito.
- Se creó un cuadro matriz de relaciones entre objetivos, modelo conceptual, preguntas orientadoras y variables.
- Se tomó la base de datos de todos los participantes, 663, desde la primera edición.
- Los datos son clasificados según sean Emprendedores Activos (EA), Emprendedores Nacientes (EN) y No Emprendedores (NE).
- Se efectuó un censo en la población, durante 9 meses por teléfono y correo electrónico.
- Incluidos en el estudio 131 casos efectivamente.
- Tratamiento de información con SPSS

# Datos generales de todos los entrevistados

- Participantes: PFEE 68 y CNE 63.
- Emprendedores activos: 49
- Emprendedores nacientes: 46
- No emprendedores: 35
- Todos los rangos de edad presentes excepto menores de 25. No diferencias por edad.
- Sexo: 53% hombres y 47% mujeres.
- Un 95% con educación universitaria.

# Emprendedores nacientes y No emprendedores

- Emprendedores nacientes: dedicados a actividades de poco riesgo relativo (más capacitación o planes de negocios) versus más riesgosas (operar en pequeña escala o gestionar un crédito)
- No emprendedores: la principal razón es de índole personal versus contextual.
- No se halló relación estadística entre quienes terminaron el PFEE o CNE y los emprendedores activos (Chi cuadrado de Pearson : 0,152 ).

# Los emprendedores activos

- Sin diferencias de rango de edad excepto que no hay menores de 25 años.
- No hay diferencia por nivel educativo.
- Perfil demográfico muy similar al expuesto para toda la población: predominan hombres, educación universitaria, residentes del área metropolitana y con alto nivel educativo.

# Qué los motiva y cuáles fueron los factores detonantes de la decisión

- Motivación preliminar más frecuente: aspectos de índole personal como independencia, necesidad de logro.
- En la motivación hay poca influencia del contexto (familia, amigos, cultura, medios de comunicación, sistema educativo, financiero, etc.).
- Imperan detonantes positivos en la decisión, pero sigue siendo personal.
- Hay valoración favorable del entorno económico.

# Otros aspectos del proceso

- Fuentes de ideas de negocios: experiencias personales relacionadas con estudios y los contactos personales.
- Acceso a recursos iniciales como capital de trabajo, inversión e infraestructura: recursos propios (49%) y préstamos bancarios (22%). De los préstamos el 54% obtenidos para creación de empresa.
- Otras fuentes diferentes (23%): familiares, amigos, adelantos de clientes, financiamiento de proveedores, mercados de segunda mano.

# Impacto de actividades de fomento

- Al momento de cursar PFEE o CNE 41% no habían tomado la decisión de crear la empresa y 41% ya la tenía operando.
- Entre el primer grupo el impacto fue calificado como importante pero no vital (65%).
- Entre el segundo, se estima el conocimiento general, contar con un plan de negocios y el pensamiento estratégico como los principales beneficios obtenidos de su participación.

# Conclusiones y recomendaciones

**Las motivaciones para emprender son personales. Los EN hacen actividades de bajo riesgo y los NE exponen causas personales:**

- Considerar el tema de conductas, igual que planes de negocios en los cursos.
- Trabajar con los restantes componentes del sistema de desarrollo emprendedor (familia, cultura, medios de comunicación, fuentes de financiamiento y apoyo, incubación).
- Diseñar y coordinar estrategias para los grupos no incluidos: mujeres, menores de 25 años, residentes de área rural.

# Conclusiones y recomendaciones

## Las ideas de negocios provienen de ámbitos personales:

- Aumentar las fuentes de ideas de negocios a nivel nacional.
- No partir desde un enfoque de emprendedores con una idea sino unir ideas con emprendedores potenciales.
- Fortalecer las redes comerciales e institucionales en los potenciales emprendedores.

# Conclusiones y recomendaciones

**El acceso a los recursos sigue siendo personal:**

- Incrementar algunos resultados alentadores hallados en el tema de préstamos bancarios.
- Desarrollar otros mercados de factores como angeles inversionistas, aliados comerciales, mercados de segunda mano, etc.

# Conclusiones y recomendaciones

## **Impacto importante pero no vital:**

- Tomarlo en su justa medida, no hay parámetros con que compararlo.
- Hacer algún análisis comparativo con las mejores prácticas internacionales.
- Ahondar en el análisis bajo metodología cualitativa.

# Equipo investigador

**Investigador responsable:**

**Juan Carlos Leiva Bonilla**

**Otro investigador:**

**Carla Garita Granados**

**Estudiantes asistentes:**

**Nancy Jiménez**

**Tatiana Arce**

**-Muchas gracias por su atención-**