

¿Quiénes las crean y qué tipo de empresas están surgiendo de las actividades de fomento al espíritu emprendedor?: Un vistazo a las empresas surgidas del Concurso Nacional Emprendedor y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Autores: Juan Carlos Leiva Bonilla¹
Karla Garita Granados²

RESUMEN:

La presente investigación estudió el proceso creador de empresas entre las personas que participaron en el Concurso Nacional Emprendedor y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor, ambos organizados por el Instituto Tecnológico de Costa Rica desde 1996. La investigación hace dos aportes principales. Primero, a nivel global aumentar la escasa medición del impacto de las acciones de fomento al espíritu emprendedor que algunos autores han señalado. Segundo, a nivel costarricense subsanar la relativa carencia de estudios que ahonden en la creación de empresas entre los emprendedores costarricenses. Los hallazgos muestran que el proceso es emprendido en su mayoría por hombres, mayores de 25 años, con educación universitaria y residentes en el área metropolitana. La motivación más importante que los impulsó fue de índole personal, los elementos contextuales influyeron poco en esa motivación, sus ideas de negocios provienen de experiencias personales, los recursos para arrancar son propios y el haber participado en el concurso o el programa fue valorado como importante pero no vital.

Palabras claves: creación de empresas, emprendedores universitarios, perfil de emprendedores, actividades de fomento a emprendedores, entorno emprendedor.

¹ Juan Carlos Leiva Bonilla, Estudiante de doctorado en Dirección de Empresas de la Universidad de Valencia, España. Master en Economía Industrial. Profesor coordinador del Programa de Emprendedores del Instituto Tecnológico de Costa Rica. Ciudad de Cartago, Costa Rica. Tel: 506-2550-2319. E- mail: jleiva@itcr.ac.cr.

² Karla Garita Granados, Master en Administración de Empresas y Periodista. Directora de la Oficina de Prensa del Instituto Tecnológico de Costa Rica. Ciudad de Cartago, Costa Rica. Tel: 506-2550-2348. E- mail: kgarita@itcr.ac.cr.

INTRODUCCIÓN

En muchos países se hacen esfuerzos por incrementar la creación de empresas entre sus habitantes con el fin de que la sociedad obtenga los beneficios asociados con el espíritu emprendedor (creación y distribución de riqueza, innovación, regeneración del tejido empresarial, creación de empleo, etc.). Estos esfuerzos, en favor del emprendimiento empresarial, deben ser medidos y evaluados con el objetivo de tomar decisiones que mejoren el impacto obtenido (Fayolle et al., 2006). No obstante la importancia percibida de lo anterior, existe una notable carencia en la literatura de evaluaciones del impacto de los esfuerzos a favor del espíritu emprendedor (Henry et al., 2004).

En Costa Rica, dos de esos esfuerzos son el Concurso Nacional Emprendedor (CNE) y el Programa de Formación en Espíritu Emprendedor (PFEE), que organiza el Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC). En ellos, uno con carácter competitivo y el otro no, se incentiva a que personas poseedoras de una idea de negocio desarrollen un plan de negocio como elemento de planificación previo al arranque de su empresa.

En línea con lo anterior, el presente estudio buscó cuantificar y caracterizar el número de empresas creadas a partir de dichos esfuerzos de fomento al emprendimiento empresarial. El aporte que se hace es ayudar a comprender mejor un fenómeno que ha sido poco estudiado como es la creación de empresas en Costa Rica, además coadyuvar en la medición de impacto que tienen actividades como las descritas, que cada vez son más frecuentes en diversos países.

El artículo presenta una breve argumentación teórica, el diseño metodológico utilizado, los resultados más importantes, las conclusiones, recomendaciones así como algunas limitaciones y futuras líneas de investigación propuestas.

MARCO TEÓRICO

Espíritu emprendedor y creación de empresas

Diversos autores han definido al espíritu emprendedor como un campo de estudio en construcción, en el cual ni siquiera existe una definición básica (Shane y Venkataraman, 2000). Aunado a lo anterior existen diversas formas de abordar el fenómeno, lo cual explica, por ejemplo, porque algunos estudios toman al espíritu emprendedor como el proceso de generación y oportunidades de nuevas ideas o negocios aunque eso no conlleve una nueva empresa (Shane y Venkataraman, 2000) mientras que otros autores lo asocian a la creación de nuevas empresas y cómo esto influye en el progreso económico (Low y Macmillan, 1988) o al proceso creador subyacente a toda nueva empresa (Gartner, 2001).

Otra forma de ver la relación entre espíritu emprendedor y creación de empresas la propusieron Fayolle y Bruyat (2002) quienes señalan tres perspectivas al respecto: la económica que se ha concentrado históricamente en analizar el rol del emprendedor en su contexto económico y social (el qué), la de las ciencias humanas que se ha abocado a los aspectos personales (quién y por qué), y la de las ciencias de la organización que se enfoca al proceso (cómo).

Por su lado, Gartner (1988) divide al estudio del espíritu emprendedor en dos visiones: la economicista tradicional versus la no economicista. En la primera ubica a quienes tienden a ver 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. En la segunda se ubican quienes buscan entender el quién y por qué se crea una empresa (visión de rasgos o psicológica) así como quienes buscan comprender el cómo se crea la empresa (visión conductual).

Vale ampliar que 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 y Ritchie 1982 citando a McClelland). En síntesis, es un proceso un tanto subconsciente (en la búsqueda de oportunidades) y de “selección natural” (Gibb y Ritchie, 1982). Por otro lado la visión conductual considera que el proceso emprendedor es multi variado y complejo con factores contextuales determinantes en la toma de decisiones del emprendedor (Gartner 1988; Gibb y Ritchie, 1982).

En síntesis, como puede apreciarse, desde diversas perspectivas teóricas puede asociarse el espíritu emprendedor con la creación de empresas. Para ello la mayoría de autores han acudido a modelos o procesos de creación de empresas.

El proceso de creación de empresas

En la literatura pueden observarse diversas propuestas de modelos o procesos de creación de empresas, que parten del concepto que la creación de empresas es un proceso social llevado a cabo por individuos que se “hicieron” a través de las distintas relaciones e influencias sociales ocurridas a lo largo de su vida (Gibb y Ritchie 1982).

Dentro de esta línea temática, Shapero (1984) por ejemplo 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 otro lado Reynolds et al., (1994) distinguen tres fases, a saber, concepción; gestación y nacimiento; infancia y crecimiento, mientras que Gibb y Ritchie (1982) identifican un proceso creador de empresas compuesto por seis etapas, pero catalogan a este proceso como “de idas y vueltas”, irregular y sujeto a constante retroalimentación. Las seis fases en cuestión son adquisición de la motivación; búsqueda de la idea; validación de la idea; identificación de los recursos; negociación previa a la entrada; nacimiento y supervivencia.

Más recientemente han surgido modelos consensuados alrededor de consorcios de investigación (como el Global Entrepreneurship Monitor) o de instituciones financieras internacionales (Banco Interamericano de Desarrollo). En el primero, el del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) el proceso creador de empresas consta de tres fases: concepción, nacimiento y persistencia (Reynolds et al., 2005). Por su lado el modelo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) propone tres fases también: gestación, puesta en marcha y desarrollo inicial (Kantis et al., 2002).

Evaluación de actividades de fomento a la creación de empresas

En general evaluar el impacto de los esfuerzos de promoción del espíritu emprendedor implica un proceso difícil, muchas veces a causa de que no existen objetivos definidos o los mismos no responden verdaderamente a lo que se quiere lograr (Henry et al., 2004). Por ejemplo cuando se habla de generar una cultura, existen divergencias en cómo se puede valorar ese concepto (Gibb, 2002); también hay dudas sobre cuál puede ser el resultado esperado en una evaluación de este tipo e incluso la relación causal que puede existir entre dichos resultados (Wyckham, 1989).

Considerando lo anterior, las recomendaciones para valorar los esfuerzos del fomento al espíritu emprendedor son variadas. En primer lugar apegarse a los objetivos establecidos en las actividades o intentar aproximarse a ellos, si no están definidos (McMullan et al., 2001). Una segunda sería evaluar en diferentes niveles, por ejemplo entre los participantes, entre los docentes y en la sociedad (Wyckham, 1989), para lo cual podrían combinarse mediciones subjetivas y objetivas (Westhead et al., 2001). Esto podría implicar la necesidad de usar indicadores subjetivos como la opinión que tienen los beneficiarios de las actividades en que participaron o la opinión de expertos conocedores del tema, combinado con algunos indicadores más objetivos como creación de empresas, empleo generado, valor agregado a la economía, entre otros.

Enfoque de la investigación propuesta

En la presente investigación se analiza el proceso creador de empresas de las personas que participaron del CNE o del PFEE, visto desde las dos primeras fases del modelo creador de empresas de Kantis et al., (2002) para el BID: gestación y puesta en marcha.

Dentro de este modelo, en la fase de gestación el emprendedor posee ciertas características demográficas que son una plataforma elemental de su accionar. Además se puede ver motivado por una serie de factores tanto de índole personal como contextual. En esa misma etapa el emprendedor accede a su idea de negocio, que puede provenir de diversas fuentes personales y contextuales.

Seguidamente, en la fase de puesta en marcha el emprendedor valora y accede a ciertos recursos (financieros y no financieros) y finalmente toma la decisión de lanzar su empresa, para lo cual eventualmente puede acudir a su entorno en busca de apoyo (emocional, recursos, información, etc.).

El cuadro 1 resume lo expuesto en torno al modelo teórico utilizado.

Cuadro 1. Definición de variables de interés de la investigación

Etapa	Componentes	Forma de medición
Gestación	Perfil del emprendedor	Características demográficas
	Motivación original	Tipo de motivación individual Papel del entorno
	Idea de negocio	Fuente de la idea de negocio
	Acceso a recursos para el arranque	Forma de acceso a recursos financieros y no financieros
Puesta en marcha	La decisión de emprender	Qué papel jugaron las actividades de fomento al espíritu emprendedor en estudio

Fuente: diseño propio con base en Kantis et al., 2002

DISEÑO METODOLÓGICO

Como problema de investigación se definió: ¿cómo ha sido el proceso creador de empresas entre las personas que participaron en el CNE o PFEE y cuál fue el impacto de estos eventos en dicho proceso? Como ya se comentó el proceso creador de empresas utilizado es el de Kantis et al., (2002) en sus dos primeras fases de gestación y puesta en marcha.

En cuanto al CNE y el PFEE es valioso señalar que son dos eventos, el primero de carácter competitivo y el segundo sin competir, en los cuales se estimula para que las personas interesadas en crear su propia empresa escriban un plan de negocios como mecanismo previo a la apertura de la empresa.

En el caso del CNE se realiza una convocatoria pública nacional y se seleccionan las ideas propuestas más acordes a los objetivos y los ámbitos de acción definidos por el TEC como organizador del evento (servicios; computación-electrónica; productos ecoamigables). Una vez seleccionadas las ideas (normalmente unas 20) se les otorga un proceso de acompañamiento para que puedan presentar ante un jurado calificador en un lapso de dos meses los fundamentos de su plan de negocios. Ese jurado calificador selecciona los mejores 6 proyectos quienes se hacen acreedores a ingresar en condiciones especiales (libres de pago por un año por ejemplo) al Centro de Incubación de Empresas (CIE) que el mismo TEC posee. Como puede verse la idea es llevar a cabo una especie de proceso en la cual las personas optan por participar en el CNE como mecanismo de preparación para el lanzamiento de su empresa, pero también como forma de postulación para ingresar al CIE (www.cietec.org).

En el otro evento, el PFEE, no hay competencia de planes de negocios pero si un proceso formativo que trata de guiar a las personas participantes en la escritura de dicho plan de negocios. En este caso los interesados se inscriben pagando una cuota (aproximadamente 200 dólares) y asisten tres horas por semana (lunes ó sábados) durante trece semanas para recibir lecciones y asesoría en sus planes de negocios. El PFEE, a diferencia del CNE, no establece áreas de interés ni exposiciones finales de los planes. Lo que si está contemplado es que quienes finalicen el PFEE puedan optar por ingresar al CIE o concursar en el CNE si quisieran ser incubados en condiciones preferenciales.

En cuanto a la recolección y tratamiento de la información, se tiene que de acuerdo con los registros históricos de los PFEE y CNE utilizados, desde el año 1996 a 2007 han participado 663 personas o grupos de ellas. Para efectos de la investigación se tomó en cuenta una persona por proyecto cuando se trataban de grupos de socios con una misma idea de negocio.

A partir de dicha información, se procedió a efectuar un censo telefónico mediante el cual se logró contactar completamente a 131 personas en un lapso de 9 meses del año 2007. Con esta información se detectó tres grandes grupos: emprendedores activos (EA) (aquellos que ya tienen su empresa funcionando), emprendedores nacientes (EN) (quienes están haciendo gestiones pero no han iniciado como empresa formal) y no emprendedores (NE) (personas que no tienen su empresa ni planean hacerlo en el corto o mediano plazo).

La recolección de la información se efectuó mediante un cuestionario diseñado para tal fin. En el caso de los EN y NE se recolectó la información disponible con miras a usarla como grupo de control. La vía de recolección de dichos cuestionarios fue por teléfono y correo electrónico.

RESULTADOS

Características generales de las personas contactadas y diferencias entre grupos

En este estudio, como fue señalado, se logró contactar a 131 personas, de las cuales 68 habían participado en el PFEE y 63 en el CNE.

Analizando los datos generales del total de entrevistados por grupo de edad, en términos generales, se nota una predominancia de personas entre 25 y 34 años, seguido por entre 35 y 44. Vale resaltar la baja participación de personas menores de 25 años. En cuanto al sexo de las personas que respondieron el cuestionario, 53% fueron hombres y 47% mujeres. Por zona de residencia, una mayoría notoria, 89%, es del área metropolitana. Por nivel educativo, se halló que el 94% son universitario e incluso un 15% con nivel de postgrado. Relacionado con educación un 43%

posee formación en alguna ingeniería y 25% en ciencias económicas. Finalmente, vale señalar que el 73% de las personas encuestadas concluyó el programa formativo, ya fuera del PFEE o del CNE.

En cuanto a presencia de emprendedores activos, nacientes y no emprendedores se obtuvo que un número de 49 personas, del total de entrevistadas, son propietarios de su empresa, 46 la están planeando y 35 no la poseen ni planean hacerlo en el corto plazo. Acorde a la metodología planteada se tiene que el 26% califica como no emprendedor (NE), 34% como emprendedor naciente (EN) y 36% se clasifica como emprendedor activo (EA).

▪ ***Los No Emprendedores: ¿por qué no tienen su empresa?***

Entre los NE existen diversas causas para no haber emprendido, siendo la más mencionada (63%) los aspectos personales (pérdida de interés, aversión al riesgo y surgimiento de mejores oportunidades laborales o profesionales) versus los contextuales (mercado, financiamiento, etc.). Es interesante hacer notar que no se halló relación entre la conclusión del curso y la creación de empresas.

▪ ***Los Emprendedores Nacientes: ¿qué están haciendo?***

Los EN están tomando poco riesgo relativo: esto por cuanto están llevando más capacitaciones (64%) o realizando planes de negocios (45%). Por el contrario solamente un 30% está operando en pequeña escala informalmente o haciendo pruebas de mercado.

▪ ***Los Emprendedores Activos: ¿son diferentes en algo?***

El perfil de los EA, como se verá más adelante, en cuanto a la edad, sexo y educación no difiere de los otros dos grupos (EN y NE), lo cual induce a pensar que no existen diferencias atribuibles a estas variables en la decisión de crear su propia empresa.

Fase de gestación de las empresas de los EA

▪ ***Perfil de los emprendedores activos***

En cuanto a rango de edad, no hay ninguno que sobresalga significativamente, aunque si llama la atención la poca proporción de menores de 25 años. Este resultado difiere de otros, en los cuales si hay concentración de emprendedores activos (usando como referencia de ello casos exitosos) en algunos rangos de edades. Por ejemplo Kantis (2004; p.41) encontró que los emprendedores latinoamericanos más dinámicos de su estudio abrieron sus empresas cuando tenían entre 31 y 45 años (el promedio fue de 36 años). Por su lado Reynolds (1997; p.453) y Gibb and Ritchie (1982; p.35) señalan que, en sus estudio para los Estados Unidos de América (EUA) e Irlanda respectivamente, predominaron emprendedores entre 25 y 35 años. Finalmente el GEM (2008) señala una concentración de emprendedores nacientes en la edad de 25 a 34 años y de emprendedores activos entre los 45 y 54.

En cuanto a sexo, en los EA hay mayoría de hombres (61,2%). Este hallazgo coincide con otros estudios Kantis (2004), Tiffin (2004), GEM España (2008) en señalar una menor proporción de emprendimientos femeninos.

En la variable educación, la mayoría de EA (73,5%) posee educación universitaria, incluso un porcentaje significativo (18,4%) tienen postgrados.

▪ ***Motivación original***

La motivación para emprender más señalada (73,5%) fue la de carácter personal (necesidad de logro, deseo de independencia, aplicación de conocimientos), seguida de aprovechar una oportunidad y contribuir a la sociedad, que fueron mencionadas por poco más de la mitad de los encuestados (cuadro 2). Asimismo, es interesante notar la baja proporción de menciones que obtuvieron las opciones de “ser millonario”, influencia de familia o amigos y del sistema educativo.

Es importante indicar que esta sección se basa en el análisis de los EA. Dentro de ese grupo (49 en total) se obtuvieron 40 cuestionarios, dado que 9 de las personas que manifestaron poseer su empresa no respondieron las preguntas correspondientes a dicha sección.

Cuadro 2. Motivaciones para tener su empresa entre los Emprendedores Activos. Porcentual. Opciones múltiples (n = 40)

Motivaciones empresariales	Porcentaje de mención
Aspectos personales	73,5
Contribuir con la sociedad	59,2
Aprovechar una oportunidad	51,0
Influencia de familia o amigos	28,6
Ser millonario	16,3
Influencia del sistema educativo	10,2
Otras razones	12,2

Este resultado coincide con la mayoría de estudios internacionales en señalar que las motivaciones para emprender van más allá de los asuntos meramente económicos (Kantis, 2004), sobretodo cuando se habla de emprendimientos por oportunidad más que por necesidad (GEM, 2008)

Bajo el marco analítico seleccionado, puede verse como el entorno costarricense (cultura, familia, amigos, modelos de rol, sistema educativo, instituciones de apoyo, sistema financiero, redes personales) en general, pareciera haber influido poco en el proceso de gestación de estas empresas.

Quizás puede rescatarse que más de la mitad de las personas mencionaron el hecho de aprovechar una oportunidad como motivación empresarial, lo cual podría asociarse con un ambiente económico relativamente generador de oportunidades empresariales.

▪ ***Fuentes de ideas de negocios de los emprendedores activos***

Las fuentes de ideas de negocios más importantes fueron las experiencias personales relacionadas con estudios y los contactos personales. Es interesante notar como existe gran variedad entre las fuentes de estas ideas (cuadro 3). En este sentido la mayoría mencionó como la principal, experiencias personales relacionadas con sus estudios (22,4%), aunque muy de cerca también fueron mencionadas las opciones de contactos personales (18,4%) y experiencias personales relacionadas con el trabajo (16,3%).

Cuadro 3. Fuentes de ideas de negocios de los emprendedores activos Porcentual

Fuentes de ideas de negocios	Porcentaje de mención
Experiencias personales relacionadas con sus estudios	22,4
Contactos personales	18,4
Experiencias personales relacionadas con su trabajo	16,3
Lo observó en otro país y lo aplicó	10,2
Otros	14,3
No sabe o no responde	18,4
Total	100%

Si se compara este resultados con otros obtenidos en investigaciones efectuados en Costa Rica y América latina en general (Leiva, 2002; Kantis et al, 2004), llama la atención que la opción

de experiencias relacionadas con los estudios es la más mencionada, pues en esas otras investigaciones la opción de experiencias relacionadas con trabajos anteriores fue la más importante.

Retomando el caso costarricense de la presente investigación, debe recordarse que la composición de los entrevistados (94% con formación universitaria incluyendo postgrados) probablemente esté influyendo en esta valoración positiva del sistema educativo como generador de ideas de negocios. Por ende, aunque pareciera no ser muy bien valorado por los emprendedores como motivador de vocaciones empresariales, o colaborador en el proceso de valoración preliminar de las ideas de negocios, si se le considera un generador importante de ideas de negocios.

Fase de puesta en marcha de las empresas de los EA

▪ *Acceso a recursos para el arranque*

Los ahorros y recursos personales fueron los más importantes para el lanzamiento de la empresa en la mayoría de las ocasiones. Un 35% manifestó que fue su principal fuente de financiamiento, pero además un 14% adicional lo señaló como parte de una mezcla de opciones de financiamiento. En la misma línea los préstamos bancarios fueron usados por el 18% de los casos y en un 4% adicional se mezclaron con otras fuentes.

Profundizando en esta modalidad de préstamos, se encontró que un 54% de los casos fueron préstamos propiamente para la creación de empresas y el restante 46% fueron obtenidos de forma personal. Los datos parecen indicar un incipiente apoyo de instituciones bancarias para el lanzamiento de empresas, aunque dada la magnitud del estudio no se pueden hacer inferencias ni afirmaciones concluyentes en este aspecto.

▪ *La decisión de emprender*

Los emprendedores calificaron como importante, pero no vital, su participación en los eventos para la decisión de abrir su propia empresa. Entre los EA actuales, que no tenían su empresa al momento de participar en el PFEE o CNE, se les pidió que valoraran su participación en términos de la influencia que tuvo en su decisión de abrir su propia empresa. La mayoría (65%) la calificaron como importante pero no vital, esto significa que de todas formas la habrían abierto. No puede dejarse de lado que un 20% señaló que la participación fue vital (sin ella no habrían abierto la empresa) mientras que un 15% la calificó de irrelevante.

Entre quienes ya tenían su empresa al momento de participar en el PFEE o el CNE, se indagó cuál consideraban que había sido el principal beneficio de su participación. Las respuestas más mencionadas fueron: el conocimiento general (25%), contar con un plan de negocios (20%) y el pensamiento estratégico (15%).

CONCLUSIONES

Existe una gran cantidad de personas involucradas en la creación de sus empresas. Aunque la metodología utilizada no permite extrapolar resultados para toda la población ni para el país, es significativo que dos terceras partes, de la muestra estudiada, tengan o estén planeando tener su propia empresa.

Hay un perfil demográfico muy claro de los emprendedores activos: hombres, universitarios, residentes del área metropolitana, sin distingo de edad (excepto menores de 25 años). Este resultado denota un sesgo contra otras poblaciones potenciales de emprendedores como son mujeres, personas residentes de áreas rurales, menores de 25 años o sin educación universitaria. Por supuesto que no debe perderse la perspectiva de que el PFEE o el CNE en su concepción original, fueron diseñados para enfocarse en ciertos grupos (por lo menos en la variable de educación). No obstante

podría presumirse que estos datos son síntomas de lo que está sucediendo a nivel nacional en la temática.

A la par de lo anterior, puede afirmarse que este proceso de emprender ha sido un fenómeno individualista y personal si se considera que: la motivación emprendedora más citada fue la definida como de carácter personal, el entorno de apoyo al emprendimiento (familia, amigos, cultura, gobierno, sistema educativo, sistema financiero, entre otros) parece ser poco significativo en la decisión de emprender y el acceso a los recursos para la creación de empresas ha sido de carácter privado.

Esa falta de conexión del emprendedor con su sistema de apoyo puede verse desde dos ópticas: de empuje o de halar. La primera sería si el sistema es suficientemente proactivo para acercarse al emprendedor y ofrecerle su apoyo, la otra es si el emprendedor valora o conoce suficientemente el apoyo que le puede brindar, como para halarlo. En esta investigación pareciera que no se cumple ninguna de las dos condiciones.

En cuanto al impacto de las actividades bajo estudio, (CNE y PFEE) los emprendedores calificaron como importante, pero no vital, su participación en los eventos para la decisión de abrir su propia empresa.

RECOMENDACIONES

A nivel país es importante contar con mayor cantidad de estudios sobre el fenómeno emprendedor en aras de comprenderlo mejor y poder impulsarlo. En este sentido la academia y los entes gubernamentales de apoyo a la investigación pueden influir positivamente.

Asimismo se requiere una labor sistémica que permita ir desarrollando cada uno de los componentes del entorno de apoyo al emprendedor de la nación. Los diversos actores sociales involucrados deben trabajar de forma coordinada para modificar la percepción y el valor asociado a la “carrera empresarial” así como los recursos disponibles para los emprendedores.

Dichos actores sociales involucran a sectores muy variados como son las familias, la cultura, el sistema financiero, el parque empresarial existente, la institucionalidad, el sistema educativo, los medios de comunicación, entre otros. Dada la naturaleza de estos actores, lo que corresponde al Estado sería una labor de impulso y orientadora de las acciones que desde cada uno de ellos se pueda acometer.

Un ejemplo concreto puede ser la articulación de los esfuerzos para que los diversos entes que están trabajando actualmente en apoyo del emprendimiento puedan enfocarse en cada uno de los nichos existentes y evitar traslapes o acciones sin coordinación. En este momento por ejemplo las universidades han empezado a trabajar el tema, el Instituto Nacional de Aprendizaje, varias fundaciones y ONGs. Es de esta forma que debe buscarse la manera de coordinarlas, intercambiar experiencias, propiciar publicaciones de mejores prácticas, al estilo europeo.

Otro elemento de nivel nacional es el acceso a los recursos para la creación de empresas. El aporte, en este sentido de los actores del contexto, ha sido limitado. Es decir salvo algunos casos de financiamiento bancarios la mayoría de emprendedores deben auto proveerse de los recursos para el arranque de sus empresas por medio de sus ahorros o recursos personales. Esto es así en Costa Rica como en otros contextos analizados. No obstante otros países han buscado desarrollar otras fuentes, no necesariamente bancarias, como son ángeles inversores, mercados de segunda mano, financiamiento de proveedores o cámaras de ellos, que serían interesantes de implementar en el caso de Costa Rica.

En cuanto al sistema educativo que es donde propiamente se desenvuelve el ITCR y sus CNE y PFEE, los datos muestran que se requiere seguir inculcando un cambio de actitud en cuanto al emprendimiento, si se quiere incrementar el número de emprendedores que toman el riesgo de lanzar su empresa.

Algunas acciones concretas en este campo es enfocar buena parte de los cursos sobre espíritu emprendedor, que ya existen en las universidades nacionales, hacia el fomento de actitudes o motivaciones y no solamente a la escritura de planes de negocios.

Ese fomento de actitudes y motivaciones debe contemplar elementos tanto de desarrollo personal (creatividad, toma de decisiones, tolerancia al riesgo) así como aspectos de trabajo en equipo, desarrollo de redes, conocimiento y aprovechamiento del sistema de desarrollo emprendedor que, como se apreció, los emprendedores estudiados no poseían.

En cuanto a ideas de negocios, cabe recomendar que se relacionen proactivamente ideas de negocios con personas interesadas. Hasta el momento en la mayoría de los casos los Programa de Emprendedores y los Centros de Incubación de Empresas parten de proyectos planteados por emprendedores, pero no hay un acercamiento proactivo de estos entes ha buscar cierto tipo de ideas específicas o emprendedores con determinados perfiles. Otra modalidad de lo anterior podría ser conformar bases de datos o “bancos de ideas o proyectos” que puedan ser tomados por emprendedores interesados.

Finalmente en lo relativo al impacto de los eventos de apoyo al emprendimiento acá valorados, se considera oportuno ampliar la evaluación introduciendo algunos aspectos de índole cualitativa que permita profundizar en la valoración que los emprendedores otorgan tanto al CNE como al PFEE con el fin de potenciar sus fortalezas y mejorar los temas susceptibles de ello.

LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

Este informe arroja luces importantes sobre el fenómeno de la creación de empresas en Costa Rica. La dimensión del estudio no permite hacer inferencias a nivel nacional, incluso considerando el total histórico de participantes registrados en los eventos la proporción de personas entrevistadas no es muy elevada, pero sin duda constituye un sondeo valioso en aras de mejorar los esfuerzos de fomento al espíritu emprendedor nacional.

Temas susceptibles de profundizar serían, el proceso emprendedor en grupos específicos (mujeres por ejemplo), conexión entre educación y tasas de supervivencia empresarial, fuentes de ideas de negocios y conexión con experiencias previas de los emprendedores, influencia del entorno social y económico entre los tipos de emprendimientos, ya sean de oportunidad o necesidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fayolle A. y Bruyat C. (2002). A conceptual and methodological framework to study, using the modelling of complex system, the foundation and the development processes of innovative business activities. RENT XVI, 16 Workshop. Conference Proceedings. Nov 21-22, 2002. Barcelona, España.

Fayolle, A., Gailly, B. y Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9): 701-720.

Gartner, W. (2001). Is There an Elephant in Entrepreneurship? : Blind Assumptions in Theory Development. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 25(4):27-40.

Gartner, W. (1988). Who is an entrepreneur? : Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12:11-32.

Gibb, A. A. (2002). In Pursuit of a New ‘Enterprise’ and ‘Entrepreneurship’ Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things and New Combinations of Knowledge. *International Journal of Management Reviews* 4(3): 233–69.

Gibb, A. A. y Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, 1(1): 26-46.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2006) Informe Ejecutivo España 2006.

Henry, C., Hill, F. M., y Leitch, C. M. (2004). The Effectiveness of Training for New Business Creation: A Longitudinal Study. *International Small Business Journal*, 22(3): 249-271.

Kantis, H (Ed.) (2004). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.

Kantis, H., Ishida, M., y Komori, M. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: Creación de empresas en América latina y el este de Asia. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

Leiva, J (2002). "El proceso de creación de empresas en Costa Rica: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia: Informe Costa Rica". *Tecnología en Marcha*, 17(2): 87-94.

Low, M. B., y MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2): 139-161.

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., de Bono, N., Servais, I., López-García, P., y Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3): 205-231.

Reynolds, P., Storey, D., y Westhead, P. (1994). Cross-national comparison of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies* 28(4): 443-456.

Shapero, A. (1984). The Entrepreneurial Event, en Kent CA (ed), *The environment for the entrepreneurship*, Lexington: Lexington Books, pp21-40.

Shane, S. y Venkataraman S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.

Storey, D. (1994). *Understanding the small Business Sector*. London: Routledge.

Tiffin, S. (Ed.) (2004). *Entrepreneurship in Latin America*. Boston: Praeger.

Westhead, P. Storey, D. J. y Martin, F. (2001). Outcomes Reported by Students who Participated in the 1994 Shell Technology Enterprise Programme. *Entrepreneurship and Regional Development*, 13(2): 163-85.

Wyckham, R. G. (1989). Ventures Launched by Participants of an Entrepreneurial Education Programme. *Journal of Small Business Management*, 27(2): 54-61.