Introducción al análisis de las competencias emprendedoras en individuos residentes en la provincia de Tucumán (Argentina)

Resumen.

Para la elaboración de este trabajo se realizó una encuesta on line estructurada a emprendedores de la provincia de Tucumán.

En esta primera aproximación se presentan los resultados referidos a:

- Sexo
- Edad
- Sector económico
- Nivel de estudios
- Haber sido o no creador de un emprendimiento o participado directamente en la creación de un emprendimiento

La diversidad de los resultados hace que no se pueda generalizar una respuesta para cada uno de las características analizadas sino que se evidencia la necesidad de profundizar sobre el análisis del emprendedor para conocer mejor sus virtudes y falencias, procurando así proporcionar un marco sobre el cual puedan apoyarse futuras acciones tendientes a promocionarlos

Presentación de la problemática.

Las investigaciones previas sobre el concepto de emprendedor se han enfocado primordialmente en identificar aquellos antecedentes significativos a la formación de una empresa, y se han concentrado en factores exógenos tales como la disponibilidad de capital propio de riesgo, la posibilidad de acceder a un préstamo que financie la inversión, la proximidad geográfica de los recursos, presencia de incubadoras o parques tecnológicos, etc., pero escasamente en los factores personales de los emprendedores.

El individuo emprendedor detecta y/o crea oportunidades de negocios, las traduce en soluciones innovadoras, productos y servicios que cubren las necesidades de mercado en una forma más eficiente.

Por lo tanto los emprendedores son el vehículo en el que las ideas se implementan y por ello los agentes más importantes del proceso de creación de empresas.

Emprender no es un hecho puntual, sino que se considera un proceso compuesto por diferentes etapas: antes del lanzamiento de la nueva empresa (fase prelanzamiento), el período de lanzamiento de la nueva empresa (fase de lanzamiento) y el desarrollo posterior de la empresa (fase de poslanzamiento).

Dentro del estudio de la conducta emprendedora, la intención emprendedora (fase prelanzamiento) es el antecedente más estudiado de la creación de empresas.

Se ha constatado que la intención resulta ser el mejor predictor de cualquier tipo de conducta planificada, particularmente cuando esta conducta resulta poco común, difícil de observar y/o implica imprevisibles retrasos.

Tras las críticas a los modelos basados en el estudio de los rasgos de la personalidad, diversos autores sugirieron que había que enfocar los estudios hacia las actitudes de los emprendedores, proporcionando una base para la identificación de las personas que tienen potencial para llegar a ser emprendedores, siendo el constructo más adecuado el estudio de su intención emprendedora.

Crear una empresa conlleva una serie de requisitos que hacen que pueda considerarse un tipo de conducta planificada, por ello los modelos de intención conductual resultan ideales en este ámbito de investigación.

Cada vez más autores están recurriendo a aspectos cognitivos para comprender los procesos por los cuales una persona desarrolla un comportamiento emprendedor, y así diferenciar a las personas con capacidades emprendedoras del resto de la población.

.

Justificación.

En los procesos de creación de una empresa intervienen de forma fundamental las personas que piensa, diseñan, preparan y ejecutan.

Los factores que afectan a la forma de pensar y actuar de estas personas son muy variados y complejos.

El reconocimiento del importante papel que desempeñan los emprendedores en la marcha de la economía mediante sus acciones, así como su potenciación en el futuro, está marcado

por ciertos aspectos del entorno social como la experiencia previa, la percepción y opiniones de los amigos, familiares, y colegas, etc. Al mismo tiempo una combinación de aspectos sociales y psicológicos es la que explica que la persona adquiera esa firme predisposición a emprender y que terminará por desembocar en muchas ocasiones, en el comportamiento emprendedor.

El estudio de la persona que emprende no ha sido suficientemente tratado y por consiguiente se desconoce en detalle qué, cómo y por qué las personas tienen una intención o no hacia el emprendimiento.

La Teoría de la Acción Planificada (TAP), ampliamente utilizada en diversas áreas para redecir diferentes tipos de intenciones conductuales constituye el modelo más utilizado en el estudio de la intención emprendedora.

Frente a la perspectiva de los rasgos de personalidad, este marco teórico se encuadra en una aproximación cognitiva al estudio de las actitudes y conductas de emprendimiento.

La literatura sugiere que los individuos, sus percepciones, competencias y decisiones son partes importantes de los procesos de comercialización y necesitan ser tomadas explícitamente en cuenta.

La TAP propone que la intención de llevar a cabo una conducta depende de la influencia que tienen sobre ella tres componentes: a) la actitud hacia la conducta, b) la norma subjetiva y c) el control conductual percibido.

Actitud hacia la conducta emprendedora

De acuerdo al modelo de la expectativa-valor de las actitudes, las actitudes de una persona están conformadas por la fuerza de cada creencia combinada con su valor subjetivo. Cada creencia asocia la conducta en particular con ciertos resultados u otros atributos, como el costo de llevar a cabo la conducta. De este modo, se desarrollan actitudes favorables hacia las conductas con consecuencias deseables y actitudes desfavorables hacia las conductas con consecuencias no deseables.

Norma subjetiva

Entre estas normas se encuentran las expectativas familiares sobre la deseabilidad, como por ejemplo de llegar a ser abogado, médico o emprendedor.

Las creencias normativas hacen referencia a la probabilidad con la que personas o grupos referentes aprueban o desaprueban la realización de una determinada conducta, que en el caso de emprender es la presión social percibida hacia crear o no una empresa.

Cuanto más positiva sea la norma subjetiva, mayor será la intención de emprender.

Control conductual percibido

Las creencias de control incorporan al modelo de la TAP la influencia de la presencia o ausencia de ciertos recursos y oportunidades que determinan la intención y la conducta.

Se trata de creencias sobre la capacidad para ejecutar con éxito determinadas conductas. Estas creencias se pueden asentar en la propia experiencia en relación con la conducta o sobre la conducta a partir de familiares y amigos, así como también pueden depender de otros factores que incrementen o reduzcan la dificultad percibida de realizar la conducta. Es decir, cuanto mayor sea el número de recursos y oportunidades que se perciben y menor el de obstáculos que se anticipen, mayor será el control conductual percibido.

Objetivos.

En este trabajo introductorio, se pretende mostrar las principales características de una muestra de 287 emprendedores bajo estudio, quienes respondieron a un cuestionario on line estructurado.

Experiencia laboral

Consultado sobre si tuvieron experiencia laboral en relación de dependencia, 262 emprendedores contestaron que SI, representando el 91% de la muestra.

El resto, 25 emprendedores que representan en 9% de la muestra respondieron que NO.

Experiencia laboral

¿Tienes experiencia laboral o has trabajado en alguna empresa por cuenta ajena?		
Si	262	91,35%
No	25	8,65%
Total	287	100,00%

Experiencia en la creación de una nueva empresa

De esta pregunta surge que el 23% de los encuestados creó o participó de la creación de una nueva empresa, mientras que el 77% aún no lo hizo.

Esto indicaría que la mayoría de las personas se consideran emprendedores en función de sus intenciones, aun cuando no hayan podido concretarlas.

Experiencia en la creación de una nueva empresa

¿Has creado o participado en la creación de una nueva empresa?		
Si	220	76,65%
No	67	23,35%
Total	287	100,00%

Capacitación

El 71.63% de los encuestados realizó algún curso de gestión empresarial mientras que el 28.37% no lo hizo.

Capacitación

¿Has realizado algún tipo de curso de gestión empresarial?		
Si	205	71,63%
No	82	28,37%
Total	287	100,00%

Creadores o no de un emprendimiento y sexo

Sobre un total de 177 hombres, 148 declararon haber participado de la creación de un emprendimiento, mientras que 75 de 101 mujeres declararon que sí lo hicieron.

Siendo la cantidad de hombres equivalente a 1.75 veces la cantidad de mujeres, la cantidad de hombres que participaron de la creación de un emprendimiento equivale a 1.97 veces la cantidad de mujeres que participaron de la creación de un emprendimiento.

Una porción minoritaria de 6 personas prefirió no decir cuál era su sexo.

Muestra clasificada por sexo y por haber sido o no creador de un emprendimiento o participado directamente en la creación de un emprendimiento (en cantidades)

Creador de un emprendimiento y sexo	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
No	29,0	26,0	6,0	61,0
Si	148,0	75,0	3,0	226,0
Total general	177,0	101,0	9,0	287,0

Si la misma muestra se expresa en porcentajes, se observa que un 52% de la muestra son hombres que participaron de este tipo de procesos, contra sólo el 26% de las mujeres.

Muestra clasificada por sexo y por haber sido o no creador de un emprendimiento o participado directamente en la creación de un emprendimiento (en porcentajes)

Creador de un emprendimiento y sexo	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
No	10,10%	9,06%	2,09%	21,25%
Si	51,57%	26,13%	1,05%	78,75%
Total general	61,67%	35,19%	3,14%	100,00%

Edad

Los promedios de edad de las submuestras no son demasiado diferentes entre sí.

En general se trata de personas jóvenes; el menor promedio de edad es de 29.5 años y corresponde a mujeres que no fueron creadoras de un emprendimiento o participaron directamente en la creación de un emprendimiento.

El mayor promedio de edad es de 42.0 años y corresponde a personas que prefirieron no decir cuál era su sexo que no fueron creadoras de un emprendimiento o participaron directamente en la creación de un emprendimiento.

Promedio de edad de la muestra clasificada por sexo y por haber sido o no creador de un emprendimiento o participado directamente en la creación de un emprendimiento (en años)

Creador de un emprendimiento y sexo:	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
No	35,6	29,5	42,0	33,6
Si	35,3	32,9	32,0	34,4
Total general	35,3	32,0	38,7	34,3

Sector económico

Entre las personas que sí fueron creadores de un emprendimiento o participaron directamente en la creación de un emprendimiento, se analizó el sector económico al que pertenece el mismo.

El mayor porcentaje se lo lleva el sector Servicios de hombres, con el 25.09% de la muestra; las mujeres del mismo sector aportan un 6.97% totalizando un 32.06%, el mayor porcentaje de la muestra.

En segundo lugar se muestra el rubro Comercial con un 28.22% en el cual por una mínima diferencia tienen mayor participación las mujeres con un 14.63% contra un 13.59% de los hombres.

Muestra clasificada por sexo y sector económico al que pertenece el emprendimiento (expresado en porcentajes)

Rótulos de fila	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
Agropecuario	6,62	1,05	0,00	7,67
Comercial	13,59	14,63	0,00	28,22
Industrial	1,05	2,09	0,00	3,14
Otros	4,18	1,39	1,05	6,62
Servicios	25,09	6,97	0,00	32,06
(en blanco)	11,15	9,06	2,09	22,30
Total general	61,67	35,19	3,14	100,00

Muestra clasificada por sexo, por haber sido o no creador de un emprendimiento o participado directamente en la creación de un emprendimiento y por sector económico al que pertenece el emprendimiento (en porcentajes)

Creador de un emprendimiento y sexo	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
No	10,10%	9,06%	2,09%	21,25%
Si	51,57%	26,13%	1,05%	78,75%
Agropecuario	6,62%	1,05%	0,00%	7,67%
Comercial	13,59%	14,63%	0,00%	28,22%
Industrial	1,05%	2,09%	0,00%	3,14%
Otros	4,18%	1,39%	1,05%	6,62%
Servicios	25,09%	6,97%	0,00%	32,06%
(en blanco)	1,05%	0,00%	0,00%	1,05%
Total general	61,67%	35,19%	3,14%	100,00%

Muestra clasificada por sexo, por haber sido o no creador de un emprendimiento o participado directamente en la creación de un emprendimiento y por sector económico al que pertenece el emprendimiento (en cantidades)

Creador de un emprendimiento y sexo	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
No	29,0	26,0	6,0	61,0
Si	148,0	75,0	3,0	226,0
Agropecuario	19,0	3,0		22,0
Comercial	39,0	42,0		81,0
Industrial	3,0	6,0		9,0
Otros	12,0	4,0	3,0	19,0
Servicios	72,0	20,0		92,0
(en blanco)	3,0			3,0
Total general	177,0	101,0	9,0	287,0

Edad, sexo y sector económico

Otra vez se aprecia que en general las edades no difieren mucho entre los distintos grupos entre sí, sobresaliendo el promedio de 68 años para mujeres del sector agropecuario y de 47 años para mujeres del sector Otros.

Promedio de edad de la muestra clasificada por sexo y nivel de estudios (expresado en años)

Sector	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
Agropecuario	37	68		41
Comercial	35	29		32
Industrial	32	30		31
Otros	27	47	32	31
Servicios	35	34		35
(en blanco)	38	30	42	35
Total general	35	32	39	34

Nivel de estudios

El 78.05% de la muestra se lo lleva el segmento de personas que tienen nivel universitario, seguido por el sector de maestrías que participa con un 13.59%.

Muestra clasificada por sexo y nivel de estudios (en porcentaje)

Rótulos de fila	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
Secundario	3,39%	0,00%	33,33%	3,14%
Terciario	5,08%	2,97%	33,33%	5,23%
Universitario	72,32%	92,08%	33,33%	78,05%
Maestría	19,21%	4,95%	0,00%	13,59%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Dentro de la muestra, la mayor cantidad de personas corresponde a hombres que sí participaron de un proceso de creación de un emprendimiento, con un total de 105. El segundo lugar lo ocupan las mujeres de la misma condición, con un total de 70 personas.

Clasificación de la muestra según sexo y nivel de estudios, discriminando por submuestra entre quienes no fueron creadores de un emprendimiento participaron directamente en la creación de un emprendimiento y los que sí lo hicieron (en cantidades)

Nivel de estudios	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
No	29,0	26,0	6,0	61,0
Maestría	6,0			6,0
Secundario			3,0	3,0
Terciario		3,0	3,0	6,0
Universitario	23,0	23,0		46,0
Si	148,0	75,0	3,0	226,0
Maestría	28,0	5,0		33,0
Secundario	6,0			6,0
Terciario	9,0			9,0
Universitario	105,0	70,0	3,0	178,0
Total general	177,0	101,0	9,0	287,0

Clasificación de la muestra según sexo y nivel de estudios, discriminando por submuestra entre quienes no crearon o participaron directamente en la creación de un emprendimiento y los que sí lo hicieron (en porcentajes)

Nivel de estudios	Hombre	Mujer	Prefiero no decirlo	Total general
No	10,10%	9,06%	2,09%	21,25%
Maestría	2,09%	0,00%	0,00%	2,09%
Secundario	0,00%	0,00%	1,05%	1,05%
Terciario	0,00%	1,05%	1,05%	2,09%
Universitario	8,01%	8,01%	0,00%	16,03%
Si	51,57%	26,13%	1,05%	78,75%
Maestría	9,76%	1,74%	0,00%	11,50%
Secundario	2,09%	0,00%	0,00%	2,09%
Terciario	3,14%	0,00%	0,00%	3,14%
Universitario	36,59%	24,39%	1,05%	62,02%
Total general	61,67%	35,19%	3,14%	100,00%

Conclusiones.

Las distintas tablas evidencian que si hay algo que no caracteriza a los emprendedores es precisamente la estandarización.

Solamente al analizar los parámetros puestos de manifiesto, surge la necesidad imperiosa de profundizar el estudio para tratar de analizar cuáles son las razones por las cuales estos individuos tan diferentes entre sí coinciden en la particular característica de considerarse emprendedores.

La encuesta original está conformada por 72 preguntas y con el análisis de sus respuestas se pretenderá echar luz sobre sus competencias emprendedoras, conclusiones que serán expuestas en trabajos posteriores.

Autores

Juan José Quinteros – cpnquinteros@gmail.com

María de Lourdes Quinteros Fernández – cpnlquinteros@gmail.com