



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Ciencias Económicas

Maestría en 
Dirección de Empresas

Trabajo de Tests



Tema:

**La influencia del Contexto
en las Actitudes Emprendedoras**
Caso de la Provincia de Buenos Aires

Autor: De Giusti Eduardo A.

Director de Tesis
Mgs. Liliana C. GALÁN

Trabajo Científico libre para la obtención del
Grado de Magíster en Dirección de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata

Fecha de Entrega:
Marzo /2007

Título

"La influencia del contexto en las actitudes emprendedoras. Caso de la Provincia de Buenos Aires"

Durante este tiempo, de construcción y elaboración de este trabajo, he recibido constantes muestras de apoyo de compañeros, familiares, amigos, colegas, etc. Entre ellos, me gustaría agradecer por los aportes a este trabajo, a la *Directora Mgs. Liliana C. Galán*, al grupo de investigación del Instituto de Ciencias Administrativas de la Facultad de Ciencias Económicas entre los que destaco a la *Lic. Gabriela F. Mollo Brisco*, al apoyo institucional por parte de la Facultad de Ciencias Económicas – UNLP especialmente a Sr. Vicedecano, *Lic. Martín A. López Armengol*, al apoyo institucional de la Maestría en Dirección de Empresas, y especialmente a su Director, el *Dr. Aldo H. Alonso* y muy especialmente por la colaboración y el trato recibido en la Universidad Nacional de Mar del Plata, representada por *Natacha Liseras* y en la Universidad de Bahía Blanca, por *Lucrecia Boland*.

Por último, es importante para mí, destacar el apoyo permanente de mi familia.

Índice:

Introducción	4
Capítulo 1 – Planteo del Trabajo de Investigación	6
Justificación del Tema de Investigación:.....	6
Metodología de estudio.....	6
Instrumentos:.....	7
Relevamiento:.....	7
Tipo de variables relevadas:.....	7
Objetivos:.....	8
Capítulo 2 - Marco teórico o estado actual del tema:	10
¿Qué se entiende por el término "Emprendedor"?.....	10
Surgimiento de la necesidad de emprendedores:.....	18
¿Cuál es la razón por la cuál se fomentan emprendimientos?.....	18
Papel del Estado en el fomento de Emprendimientos:.....	21
¿Existe el vínculo Emprendedor - Entorno?.....	26
¿Qué se entiende por contexto?.....	28
Capítulo 3 – Trabajo de Campo	31
3.1 La Investigación - Primera Etapa.....	31
3.2 La Investigación – Segunda Etapa:.....	39
Capítulo 4 – Conclusiones:	49
Bibliografía	52

Introducción

Existe evidencia empírica sobre la importancia que ha tomado estudiar el fenómeno "Emprendedor" en el mundo de hoy.

Galán Liliana, y otros, resumen la importancia del fenómeno emprendedor de la siguiente manera:

1. Las nuevas empresas brindan nuevos puestos de trabajo.
2. Las nuevas empresas están involucradas en un significativo porcentaje de las innovaciones en la economía.
3. La opción de un nuevo negocio es para muchas personas una opción profesional importante. Las sociedades dedicadas a maximizar la libertad de oportunidades económicas pueden desear asegurar que aquellos quieran iniciar una empresa no tengan posibilidad de hacerlo.
4. Algunas regiones geográficas dentro de los países parecen tener tasas de formación de empresas más altas que otras. En muchos casos, estas tasas de natalidad están asociadas con una importante prosperidad regional.

La investigación que aquí se presenta indaga sobre el origen del espíritu emprendedor considerando los factores psicológicos o sociológicos, y en este último enfoque la influencia del contexto.

En el capítulo 1 se expone la justificación del tema de investigación, la metodología de estudio, los instrumentos, el relevamiento, el tipo de variables relevadas, el aporte original al tema, los objetivos y las actividades.

En el capítulo 2 se expone sobre la evolución del término emprendedor, el surgimiento de la necesidad de emprendedores, las razones para fomentar emprendimientos, el papel del estado y el vínculo entre el contexto y el emprendedor.

En el capítulo 3 está destinado al trabajo de campo realizado en dos etapas. En una primera etapa, la metodología de recolección de los datos secundarios utilizados, para caracterizar los contextos de las localidades de La Plata, Mar del Plata y Bahía Blanca se tomo como fuente de información las variables y los resultados arrojados por la Encuesta Permanente de Hogares.

Dentro del capítulo 3 en una segunda etapa, se expone la metodología, las variables y los resultados que surgen de información primaria recolectada en las ciudades mencionadas.

En el capítulo 4 se presentan las conclusiones del trabajo y alternativas para un futuro trabajo.

Capítulo 1 – Planteo del Trabajo de Investigación

Justificación del Tema de Investigación:

La motivación del presente trabajo, radica en la importancia que los nuevos emprendimientos y su sustentabilidad tienen en el desarrollo de la región, ante los cambios que se están produciendo en las modalidades de ocupación y empleo.

influencia ~~contexto~~ en la actitud emprendedora

La discusión sobre la postura psicológica o sociológica sobre el origen del emprendedor, o utilizando otras palabras, la discusión sobre si "se nace" o "se hace" emprendedor tiene implicancias directas, en caso de que desde el sector público o privado, sea considerado de interés fomentar la actividad emprendedora.

Si se considera la postura sociológica entonces, se considera que el contexto alienta/desalienta la actividad emprendedora y se encuentran fundamentos objetivos para desde el Sector Público justificar su intromisión en la temática. A su vez, es deseable profundizar sobre que tipo de políticas es necesario alentar.

Metodología de estudio

El presente es un trabajo de tipo exploratorio, que tiene como objetivo examinar un tema o problema de investigación poco estudiado. Se han encontrado trabajos similares realizados en otros contextos, específicamente en EEUU¹.

El estudio, comienza con un relevamiento bibliográfico para determinar las actitudes que caracterizan a los emprendedores.

Para relevar la influencia del contexto (factores sociológicos), la elección de las muestras poblacionales a encuestar (en tres lugares geográficos) intento respetar cierta homogeneidad respecto al nivel de educación formal, edad, sexo, gustos, nivel socio-económico.

Adicionalmente, el estudio considera en el análisis, el contexto particular de los encuestados, con el objetivo de considerar el macro-ambiente y el micro.

La fundamentación de esta doble caracterización del contexto (macro y micro) radica en que, debe diferenciarse el contexto de la ciudad del micro-contexto de cada individuo encuestado porque se plantea como hipótesis que las dos variables influyen².

¹ Del Mar, F. y Davidsson, P. (200, "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs").

² Esta diferenciación se planteo en el Grupo de Investigadores del Instituto de Cs. Administrativas de Cs.

Instrumentos:

Se utilizaron dos tipos de fuentes de información:

- Fuentes secundarias para obtener información del macro contexto en los aspectos socio-culturales, económicos y políticos.
- Fuentes primarias, para obtener información de las actitudes emprendedoras. Se realizaron entrevistas de tipo escrita-estructurada, con una lista de preguntas que no indujeran las respuestas, no directas y de fácil lectura. Cuestionario auto-administrado.

Relevamiento:

Con el fin de corroborar los argumentos antes expuestos, se determinó como universo las poblaciones de La Plata, Mar del Plata y Bahía Blanca.

Se estudio si la variable contexto³ geográfico ejerce influencia sobre la actividad emprendedora, considerando en la elección de las poblaciones muestradas, homogeneidad respecto a la edad, sexo, gustos, nivel educativo y nivel socioeconómico.

Esta homogeneidad se pretendió lograr componiendo las poblaciones compuestas por alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas, de 1er año, de la Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional de Mar del Plata y Universidad Nacional del Sur.

Tipo de variables relevadas:

- *Sociodemográficas:* incluyen sexo, edad, personas a cargo, formación, nivel educativo.
- *Económicas:* PBI, desempleo, composición de los sectores productivos, exportaciones.
- *Psicográficas:* incluyen las siguientes actitudes
 - o *Posición ante el riesgo:* actitud ante el futuro incierto. Medida a través de cuanto capital y tiempo estaria dispuesto a invertir en pos de un proyecto.

Económicas.

³ Las variables consideradas se encuentran en la Pág. 29

- o **Capacidad de liderazgo:** facultad para influir en el comportamiento de otra persona apelando a sus habilidades interpersonales.
- o **Autoconfianza:** confianza en sus capacidades como medio para conseguir un objetivo.
- o **Creatividad:** medida a través de la fluidez (habilidad de generar muchas alternativas), flexibilidad (generar alternativas de categorías diferentes y representatividad (importancia que se le asigna al pasado en la generación de alternativas).
- o **Motivación:** medida a través de la motivación de logro (necesidad de perseguir y alcanzar objetivos y ascender en la escala del éxito).
- o **Percepción sobre la formación percibida:** si el alumno opina que la formación universitaria adquirida lo prepara fundamentalmente para desempeñarse en relación de dependencia o para crear una empresa propia.

Aporte original al tema:

La propuesta consiste en analizar y adoptar una postura crítica ^{acerca} sobre las si las actitudes emprendedoras son innatas a cada individuo (posición psicológica) o las actitudes son influenciadas, alteradas e incentivadas por el contexto, es decir por el ambiente (postura sociológica).

Por otra parte, la metodología utilizada innova, considerando la utilización de fuentes de información primaria (encuesta) y secundarias (Encuesta Permanente de Hogares) y la valoración de los resultados para incentivar/no incentivar la actividad emprendedora.

Lo relevante surgiría de indagar en los elementos necesarios para evaluar la condición de partida del Emprendedor a fin de justificar la utilización de determinadas herramientas y políticas para su desarrollo y formación.

Objetivos:

El objetivo general es adoptar una posición crítica entre la postura sociológica y psicológica que dan origen a la actividad emprendedora.

7.1. Objetivos específicos:

- Relevar las actitudes emprendedoras de poblaciones homogéneas de distintas regiones.
- Relevar las aspiraciones profesionales, económicas y laborales de las distintas poblaciones de las distintas regiones.

?

Capítulo 2 - Marco teórico o estado actual del tema:

Existe evidencia empírica sobre la importancia que ha tomado estudiar el fenómeno "Emprendedor" en el mundo de hoy. (Idemp. 4.)

Esta tendencia se refleja a nivel internacional y nacional, por solo mencionar un ejemplo podemos analizar el estudio realizado por Vesper y Gartner (1997), que observa que en 1967 existían 10 universidades con cursos sobre Entrepreneurship y para 1994 ese número había aumentado a 383 cursos; a nivel nacional, un trabajo reciente, Postigo y Tamborini (2003) analizan que la educación Entrepreneurship no existía hasta mediados de los '90; siendo este porcentaje, a inicios del 2003, el 30%. Esto marca claramente un cambio de tendencia del sistema universitario argentino y un interés creciente en la temática. *Formación emprendedora*

¿Qué se entiende por el término "Emprendedor"?

Las definiciones del término abundan, y no siempre son dirigidas en el mismo sentido. A continuación se presenta un repaso de las mismas que surgen del mínimo relevamiento bibliográfico.

1.1 Evolución del término "Emprendedor"

Etimológicamente el término empresario viene del verbo emprender; durante la Edad Media, se llamaba así a toda persona que emprendía algo y frecuentemente se lo confundía con el prestamista o capitalista.

Montchretien (1576-1621) ya había definido al empresario como la persona que firma un contrato con el poder público el caso de la monarquía o el gobierno local, ya sea para construir un edificio público o para prestar un servicio.

A partir del siglo XVIII, el empresario (comerciante) es considerado una suerte de jugador, porque es quien adelanta dinero, compra mercaderías a un cierto precio y luego trata de venderla a un precio mayor, con lo que podía multiplicar su dinero, si tiene suerte o se fundirá si fracasa.

Para Cantillon el empresario era una persona que asumía riesgos, pues adelanta su propio dinero para ejecutar trabajos y se compromete respecto de terceros de manera firme pero sin tener la garantía de lo que puede realmente suceder; si fracasa debe responder con su propio patrimonio.

Durante las corporaciones de oficio, los empresarios son las personas que asumen riesgos, comerciantes, aventureros que buscan aprovechar las oportunidades

del azar y hacerse cargo de lo que suceda. Se trata de personas que firman un contrato, reúnen las competencias necesarias para llevarlo a cabo y dirigen o supervisan el trabajo y muchas veces dividen la tarea y encargan a un ingeniero la realización de los aspectos técnicos de la obra.

Smith (1723-1790) en su obra "Consideraciones sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones", es quien hace una primera diferenciación entre el empresario y el capitalista.

B. Say (1767-1823) es quien definió "el oficio de empresario" señalando algunas características:

-- No es un simple asalariado, sino alguien que trabaja por su propia cuenta, independiente y que puede tener diversas actividades.

-- Es el agente principal de la producción y realiza una tarea productiva sin limitarse a lo agropecuario.

-- Organiza la producción, en un contexto de incertidumbre y soporta los riesgos inherentes.

-- Sus beneficios no son directos de la producción, pues dependen de muchos otros aspectos.

-- Compromete su fortuna en la marcha de la empresa y en caso de bancarrota debe hacer frente a las pérdidas.

-- Debe ser capaz de inventar sin cesar, de imaginar las mejores maneras de especular y los mejores medios de realizar negocios.

-- No es necesario que posea fortuna, sino por el contrario no tenerla puede ser el estímulo hacia la aventura de emprender.

Ser empresario sería poseer un espíritu, adoptar decisiones estratégicas, elegir entre varias alternativas, actuando en un contexto caracterizado por la incertidumbre.

La escuela austríaca del siglo XIX sentó las bases de la escuela neoclásica del empresario. Uno de ellos Thunen (1783-1850) asoció la función del empresario con la asunción de riesgos y las ganancias de los empresarios serían la remuneración que surge de los beneficios brutos de la gestión de un negocio, luego de haber pagado el interés por el capital invertido, los salarios del personal de dirección y una prima de seguro contra el riesgo de pérdidas calculables. Walras, estableció que el empresario se limita a la función de producción, combina los factores, naturaleza, trabajo, capital. Sería un simple gestor o incluso podría ser un asalariado, buscando que la

empresa al funcionar genere un beneficio que es lo que le permite perdurar en el tiempo. En algunos casos existe un sobre benéfico.

Walras asigna el papel protagónico al subastador, gracias a cuyas informaciones se realiza el equilibrio en el mercado y actuaría como si fuera la mano invisible de la cual habla A. Smith.

Según Pareto, el empresario es quien asegura que exista una relación entre los mercados de productos y estos con los factores de producción, comprando factores para usarlos y vendiendo luego los productos en los mercados de bienes. Según Von Mises, el empresario es un especulador, pues su éxito y fracaso depende de su capacidad para prever acontecimientos inciertos, de su aptitud para prever cual será la demanda futura de los consumidores.

Alfred Marshall (1906) representante de la escuela inglesa del pensamiento neoclásico, expresa que las innumerables invenciones que han permitido a los hombres tener dominio sobre la naturaleza son producto de los trabajadores independientes y es la libertad económica la que ha hecho triunfar a los que fueron capaces de fundar empresas de organizarla y dirigirla. Los empresarios serían personas enérgicas, dispuestas a todo, emprendedoras, con capacidad de dirigir organizar y administrar el trabajo de un gran número de personas.

Para esta teoría la sociedad sería igual a la suma de los individuos que la componen, individuos que serían intercambiables.

En la teoría neoclásica la función económica de la firma sería solamente la de transformar de manera eficiente los inputs en out puts y venderlos, actuaría como una caja negra y quedaría reducida a la condición de una simple función de producción y se supone que los volúmenes y precios de los factores de producción son perfectamente conocidos. Según esta teoría las empresas se adaptarían perfectamente al mercado, porque tendrían información perfecta acerca de los precios y factores de producción, no existiría la incertidumbre.

Por otra parte esta teoría trata a la firma como un ente individual, que se comporta buscando la maximización del beneficio del empresario, lo cual no siempre coincide con el principio de satisfacer los comportamientos de todas las personas que componen la empresa. Cuando evoluciona la teoría se concibe al empresario como quien debe anticipar la evolución de la demanda de los consumidores para tal o cual producto. Entonces la función de empresario no sería tanto la de organizar la producción, como la de hacer un juicio sobre la marcha de los negocios.

Weber (1964) sociólogo y economista alemán, estableció que el desarrollo del capitalismo fue posible por la aplicación sistemática del concepto de racionalidad. Es la empresa privada la que encarna esa racionalidad. Los empresarios hacen cálculos y asumen riesgos. Los empresarios innovadores no serían especuladores o aventureros inescrupulosos, sino personas, calculadoras y audaces, sobrias que actúan con seguridad, son perspicaces y están orientados a su tarea, y su cualidad es la de emitir juicios severos y estrictos respecto al comportamiento de los agentes económicos.

Para Sombart,(1863-1941)⁴ el empresario encarna el espíritu de la empresa, que es la fuente del crecimiento económica del capitalismo de su época Su tarea es poner en presencia el capital y el trabajo, establecer una relación entere la producción y el consumo. El espíritu de empresa, actitud que lo caracteriza, sería el conjunto de las cualidades psíquicas que se exige para asegurar la realización exitosa de una empresa.

Schumpeter economista heterodoxo (1883-1950) propone que los empresarios individuales y no la empresa o el mercado son los verdaderos agentes que toman decisiones dominantes en la vida económica.

Define al capitalista como alguien que es a la vez inventor, administrador y organizador, diciendo que su surgimiento ha ido en paralelo con el progreso de la industria y le asigna un papel muy importante como agente del desarrollo económico y del progreso tecnológico.

Para este autor, la noción de empresario permite explicar con precisión la evolución de la economía. El empresario es alguien que tiene personalidad fuera de lo común, dotado de facultades superiores. Sería el producto de un sistema socioeconómico que presiona al individuo para que tome decisiones. Ante estas presiones el empresario realiza nuevas combinaciones de los medios de producción que son también nuevas posibilidades de inversión. La innovación es también una prerrogativa del mismo. Esta innovación incluye no solo el cambio tecnológico y las aplicaciones económicas de las ciencias duras sino también el cambio organizacional. El beneficio sería un ingreso excepcional y temporario que recompensa al empresario porque tomó el riesgo de romper con el equilibrio neoclásico.

Hoy en día los evolucionistas inspirados en este autor, postulan que la innovación, el empresario y el crecimiento económico están estrechamente relacionados, pero dadas las fallas del mercado, el Estado debe crear un clima

⁴ Sombart W.(1932) L'apogee du capitalismo, Payot, Paris

propicio a los negocios y a la innovación, favoreciendo el espíritu de empresa para hacer frente al agotamiento del progreso técnico.

El empresario es una especie de jugador que busca la alegría de tener éxito en sus emprendimientos más que lograr simplemente una elevada ganancia. Para un verdadero empresario, la búsqueda del beneficio es secundario. Es un agente económico de una especie particular, un calculador genial que sabe prever mejor que los otros la evolución de la demanda.

Podrían ser de dos tipos: innovadores e imitadores. Los segundos sacan provecho de los nuevos mercados abiertos por los empresarios innovadores y participan de esta manera en la difusión de las innovaciones hasta que el mercado de producto se sature. La función propia del empresario es la innovación.

J. Keynes tiene una visión del empresario desde la macroeconomía. Desde su posición, el empresario no pareciera tener mucha importancia. Él aplica esta definición a quien se ocupa de la producción de bienes y servicios y al que invierte. Keynes no distingue entre el empresario y el inversor. Según él, el empresario no invertirá salvo si espera ganar dinero, y por lo general prefiere trabajar con el dinero de otros. El empresario es un agente económico calculador que busca su propio beneficio; invierte en función del estado de la técnica y no trabaja para cambiar el estado de las cosas. Por eso es partidario de la intervención del Estado para hacer frente a los errores y a las fallas del mercado y a las dudas de los empresarios.

Para Galbraith, neokeynesiano, existe un conflicto entre los propietarios y los manager dentro de la firma. Los primeros buscan el mayor beneficio a corto plazo mientras que los otros tienen una visión más larga.

Para Chandler (1988)⁵, la mano visible de los managers ha ido reemplazando progresivamente la mano invisible de A. Smith. En la moderna economía industrial se ha excluido progresivamente al empresario y se lo ha ido reemplazando por el manager, que se distingue de aquel por no tener la propiedad de los medios de producción pero que tiene la capacidad para tomar decisiones, limitado por los accionistas y los bancos.

1.2 Definiciones contemporáneas del término emprendedor:

✓ McClelland (1961) los caracteriza por su necesidad de logro, dando lugar al inicio de una larga cadena de estudios en esta línea.

⁵ Chandler A. D. (1988) La main visible des managers. Une analyse historique, Economica, Paris.

Singhaam y Melkers (1989) definen al emprendedor como aquel individuo que comienza, opera y asume los riesgos inherentes al negocio.

Schiersmann S., Graña F. y Liseras N. caracterizan al emprendedor por ver oportunidades que otros no ven o desestiman, tienen iniciativas, aceptan el riesgo inherentes a la actividad y cuentan con una gran autoestima, entre otros aspectos.

Gílder (1984) describe a los empresarios como personas que pueden tener orígenes socioeconómicos muy diferentes, ven el cambio como algo normal, tienen capacidad para juzgar la viabilidad de un negocio, son personas que toman la iniciativa y accionan, no poseen necesariamente conocimientos científicos y técnicos, son capaces de aprender, persiguen sus objetivos a pesar de los fracasos y las frustraciones y, finalmente, obtienen el éxito a través de romper viejos patrones y crear su propio nuevo orden.

Shumpeter tiene una visión del papel innovador del empresario.

Buamol (1997), por su parte, incluye también el caso más frecuente del empresario imitador, es decir, aquel que explota una oportunidad de negocios identificada por otra persona.

Brockhaus (1980) focaliza más en el aspecto de la propiedad y define al empresario como el principal dueño y manager del negocio, quién asume riesgos. Otros autores argumentan que el arriesgar el capital propio no es una función intrínsecamente empresarial.

Jennings, ve al empresario como quién comienza su propio negocio.

Galán Liliana y otros lo definen como aquel individuo que posee un conjunto de actitudes, aptitudes y actúa en un mundo caracterizado por la incertidumbre.

1.3 Análisis del relevamiento sobre el término Emprendedor

y s/ Actividad Emprendedora?

El concepto de emprendedor ha evolucionado desde los enfoques centrados en los atributos de la personalidad del empresario hacia otros que se focalizan en el proceso de nacimiento de empresas como un fenómeno más complejo y en el cuál intervienen e interactúan factores sociales, culturales y económicos (Gartner, 1988; Shapero, 1984; Baume, 1992).

Al analizar con detenimiento las distintas acepciones del término emprendedor se observan distintos enfoques.

Desde el punto de vista de la economía neoclásica, el emprendedor "es un rápido calculador, es el individuo que velozmente examina los distintos procesos productivos alternativos y elige los óptimos en cada serie de precios dados" (Arrow,

1983). Esta corriente (enfoque de la demanda) concibe al emprendedorismo como altamente elástico, es decir, que los emprendedores son infinita y espontáneamente suministrados en respuesta a las condiciones de la demanda; por lo que no es tema central de investigación entre los neoclásicos (Lounsbury, 1998).

Por el contrario, otra corriente de pensamiento concluye que la oferta de individuos con capacidades emprendedoras es limitada, al menos en el corto y mediano plazo (enfoque de la oferta). Esto implica que la oferta de personas con vocación empresarial no es significativamente afectada por la estructura de incentivos económicos (Verheul, et al., 2001).

Ana Gennero de Rearte y otros señalan que esta posición evidencia que la falta de vigor en las respuesta emprendedora puede ser atribuida a factores de la oferta (no existen suficientes emprendedores potenciales en la sociedad) más que a factores desde la demanda (tales como falta de oportunidad o premios al esfuerzo emprendedor).

En esta segunda corriente, existen dos enfoques que difieren en su percepción sobre el origen del emprendedor. Así, surgen dos vías de explicación para este fenómeno (Faris, 1999):

- Los individuos nacen con ciertas características que los predisponen hacia un comportamiento emprendedor (enfoque psicológico).
- Existe un contexto ambiental (social) que va generando en el individuo una personalidad proclive a la actividad emprendedora (enfoque sociológico).

Plto de partida

→ Núcleo de estudio Tesis

La concepción del emprendedor asociada al enfoque psicológico sugiere que los emprendedores tienden a poseer características innatas que los predisponen a involucrarse en el proceso de creación de una empresa, en lugar de adquirirlas a través de un proceso de aprendizaje y/o de socialización (Lounsbury, 1998); por su parte el enfoque sociológico considera que las características que hacen al emprendedor son adquiridas a los largo de su vida a través de su proceso de la socialización, y que sus ideas y ambiciones se desarrollan en la edad adulta.

Enfoque Psicológico:

- La motivación emprendedora es innata, surge en la niñez y es determinada principalmente por la necesidad de logro.

- La actitud emprendedora es consecuencia de la personalidad del individuo.
- Las ideas de negocios surgen espontáneamente dadas las características personales de los individuos, tales como creatividad e imaginación.
- La influencia de la intervención social y del ambiente es marginal, ya que la creación de firmas está relacionada con las características innatas del individuo.

Los estudios que han buscado los factores para caracterizar al emprendedor han sido numerosos y es McClelland (1961), un referente en esta línea; no obstante las diferencias entre los resultados, se ha encontrado que las personas que inician nuevas empresas poseen (Hornaday & Aboud, 1971; Green et al., 1996; Deakins, 1996):

- Alta necesidad de independencia y de controlar situaciones;
- Tolerancia a la ambigüedad;
- Confianza en sus capacidades;
- Pensamiento intuitivo;
- Propensión a la toma de riesgo;
- Orientación a la acción y toma de iniciativa;
- Perseverancia;
- Personalidad creativa e imaginativa;
- Capacidad de Liderazgo y de coordinación de grupos;
- Dedicación al trabajo.

Enfoque Sociológico: ✓

- La motivación emprendedora es resultado de la recepción de distintas influencias a través de la vida (familia, educación, carrera, etc.)
- La actitud emprendedora surge como resultado de la interacción con otros individuos (sociabilidad, valores y cultura).
- Las ideas de negocios surgen de los conocimientos del individuo y del rango de situaciones sociales en que se desenvuelve, las cuales pueden generar la oportunidad.
- La intervención social y el ambiente pueden predisponer al individuo hacia la creación de empresas.

Este enfoque sociológico relaciona la actividad emprendedora con un conjunto de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos, donde las características son adquiridas a través de la vida del individuo en su proceso de socialización; por lo tanto es necesario estudiar elementos psicológicos, sociológicos y culturales.

Este es precisamente el tema que se investigará. Si el contexto influye o no en las actitudes emprendedoras

Surgimiento de la necesidad de emprendedores:

*Deberia haber ido antes que
fcd*

Parecen existir razones económicas y sociales que explican el surgimiento del tema como un tema de interés tanto en el ámbito nacional como internacional.

Los finales del siglo XX han sido claros en que los estados solos, no pueden asumir las responsabilidades del pleno empleo (tanto en los países desarrollados como los países en vías de desarrollo). La mayoría de las empresas que los estados crearon para prestar servicios y crear empleos fueron grandes fracasos económicos.

Los estados y las sociedades han llegado al convencimiento de que deben estimular cada vez más la iniciativa privada y que todos los que tengan capacidades de defenderse por si mismos deben ser estimulados.

Aunque es real y seguirá existiendo la opción del empleo, se debería hacer entender a la sociedad que el empleo es solo una de las formas de trabajo del ser humano, que no siempre el individuo ha sido un empleado, que el empleo será cada vez más escaso y que la sociedad debe prepararse para un mundo en donde abunde el trabajo, independientemente, de si el mismo lo realizará desde una posición de empleo o no.

En palabras de Rodrigo Varela, el mundo que se avecina es un mundo para el trabajo más que un mundo para el empleo.

¿Cuál es la razón por la cuál se fomentan emprendimientos?

Las razones desde el punto de vista económico y su relación con el crecimiento ha sido estudiada por distintos autores.

Reynolds y Maki, (1990 - 1991) analizan la relación entre nacimientos de empresas y el subsiguiente crecimiento económico regional registrado en los Estados Unidos y concluyó que si bien no todas las regiones con elevadas tasas de natalidad de empresas prosperan, no es común en las regiones que prosperan no tengan altas

Guarneri

tasas de formación de empresas.

Las tasas elevadas de nacimientos de empresas pueden ser, por tanto, una condición necesaria pero no suficiente para el crecimiento económico regional.

Antonio Vives enuncia que las nuevas empresas contribuyen al desarrollo económico de tres formas: como un canal de conversión de ideas innovadoras en oportunidades económicas; como la base de la competitividad a través del rejuvenecimiento del tejido productivo y como la fuente de nuevos puestos de trabajo y aumento de la competitividad.

Hugo Kantis y otros (2000), señalan que este interés se basa en la expectativa y en las evidencias acerca de que la creación de nuevos emprendimientos contribuye a la generación de puestos de trabajo, a la actividad innovadora, al fomento y despliegue de las energías creativas de la sociedad y a una mejor distribución del poder económico.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) aporta un nuevo argumento de significativa importancia al estudiar el fenómeno emprendedor, es la demostración de la relación existente entre Crecimiento Económico de una Región y su Nivel o Tasa de Emprendedorismo. En dicho estudio se señala que las variaciones en las tasas de nacimiento de empresas dan cuenta de un tercio de la variación en el crecimiento económico.

Kourilsky (1995) afirma que el crecimiento económico de los países va a depender en gran parte de la habilidad de generar, vía la creación de empresas, nuevos puestos de trabajos. (Postigo y Tamborini)

La OCDE (2001) en un estudio reciente señala que existe una relación positiva entre el nacimiento de empresas de los países de la OCDE durante el período 1988-1996 y las de crecimiento económico entre los años 1989-1999. El estudio de OCDE destaca el papel de las nuevas empresas en la creación de oportunidades laborales, en particular para las personas más jóvenes.

Audretsch y Thurik (2001) también encontraron evidencias empíricas acerca de la relación entre el nivel de la actividad empresarial y de las tasas de crecimiento económico.

Según Binks y Vale (1991) el impacto de la empresarialidad en el crecimiento económico está asociado al ingreso de distintos tipos de firmas a la economía: las que introducen innovaciones al mercado y desplazan el espacio de negocios, las que

asignan recursos a la explotación de dichas innovaciones y por último, las que realizan en forma más eficiente las actividades preexistentes.

()
Kantis H., Postigo S. Federico J., y Tamborini F. señalan que varios estudios en distintos países muestran que las nuevas empresas, especialmente las más dinámicas, son una importante fuente de crecimiento del empleo, de introducción de innovaciones y de canalización de las energías creativas de la sociedad.

El desarrollo económico es uno de los objetivos de la mayoría de los países y las nuevas empresas ocupan un lugar relevante en este proceso. La generación de nuevos puestos de empleo, la incorporación de tecnología y la consecuente mejora en eficiencia y productividad, junto con el fortalecimiento de las capacidades endógenas, son los principales efectos de la acción emprendedora. Estos a su vez, contribuyen a la creación de riqueza, a la industrialización y a mejorar los estándares de vida. Por estas razones, los gobiernos de los países desarrollados invierten grandes sumas de dinero en proyectos orientados a la creación o formación de nuevos emprendedores (Dana, 2001).

Lo que motiva la realización del presente trabajo, es la importancia que ^{la actitud emprendedora} los nuevos emprendimientos y su sustentabilidad tienen en el desarrollo de la región, ante los cambios que se están produciendo en las modalidades de ocupación y empleo.

Galán Liliana, y otros, resumen la importancia del fenómeno emprendedor de la siguiente manera:

1. Las nuevas empresas brindan nuevos puestos de trabajo.
2. Las nuevas empresas están involucradas en un significativo porcentaje de las innovaciones en la economía.
3. La opción de un nuevo negocio es para muchas personas una opción profesional importante. Las sociedades dedicadas a maximizar la libertad de oportunidades económicas pueden desear asegurar que aquellos quieran iniciar una empresa no tengan posibilidad de hacerlo.
4. Algunas regiones geográficas dentro de los países parecen tener tasas de formación de empresas más altas que otras. En muchos casos, estas tasas de natalidad están asociadas con una importante prosperidad regional.

Papel del Estado en el fomento de Emprendimientos

El tema del Emprendedorismo logra trascender porque su análisis, genera interés político, interés académico e interés social.

Expuestos los vínculos y las relaciones entre el emprendedorismo y el desarrollo regional, importa analizar que actitudes han tomado los diversos estados para fomentar la actividad emprendedora.

- Estados Unidos ha creado las Small Business Investment Companies (SBICs) en 1958, esta tiene la función de proveer capital de riesgo, préstamos de largo plazo y asistencia de expertos.

En este país también existen los Small Business Development Centes (SBDCs) que proveen apoyo al emprendedor en las etapas iniciales a través de universidades y del programa Small Business Investment Research (SBIR). El énfasis de la mayoría de estos programas está en el financiamiento de las etapas iniciales.

- En España, en Barcelona la Agencia de desarrollo Local creada en 1987, desarrolla programas sobre cultura emprendedora junto a la comunidad universitaria. También en la Comunidad Valenciana, el Instituto de la Pequeña y Mediana Industria Valenciana desarrolla diversas iniciativas.

- En Alemania se ha puesto en marcha el programa EXIST con fondos de la comunidad económica europea. El programa se basa en la licitación de recursos para el desarrollo emprendedor.

- En Francia se han originado medidas específicas para apoyar a aquellas universidades dispuestas a fomentar programas basados en el Entrepreneurship.

- En Finlandia, un ministro ha declarado "No podemos hacer estudiantes emprendedores, pero hay cosas que se pueden hacer para hacerlos más emprendedores y darles más capacidades de su vida laboral".

- En Escocia el programa Business Birth Rate Strategy

- En Irlanda el programa Estrategia Enterprise (Kantis, Postigo, et al., 2002).

En América Latina, la poca investigación en la temática hace que el conocimiento sobre el tema sea muy limitado. El vacío estadístico existente entre las firmas que nacen, prosperan o mueren es notable. Esta puede ser una de las causas de las ausencias de programas públicos de notorio impacto. Al momento, existe un avance en el mundo académico entre los que se encuentran Varela, 1991; Motta y Roitter, 1999; Kantis, Angelilli y Gatto, 2000; Rearte y Liseras, 2001; Lucas de Souza, 2001; Reynolds, 2000, entre otros.

Se destaca que dentro de América Latina, Brasil es el estado que ha comenzado a incluir la temática en la agenda política, a través del Programa Brasil Emprendedor.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) creado en 1997 como una iniciativa conjunta de Babson Collage y London Business School con un fuerte apoyo del Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership de la Swing Marion Kauffman Foundation, tiene como objetivo reunir los más notables especialistas de la temática entrepreneur, emprendedores, para estudiar la relación entre actividad emprendedora (para nosotros creación de nuevos negocios) y crecimiento económico.

Las cuestiones fundamentales que aborda el GEM son:

- Cómo y en que grado varía el nivel de actividad emprendedora entre los distintos países.
- Como influye la actividad emprendedora en la tasa de crecimiento económico y el nivel de prosperidad de un país.
- Que define a un país como emprendedor.
- Cuales son las sugerencias para hacer a un país emprendedor.

Los datos fueron recopilados de tres fuentes principales:

- Encuestas de población adulta.
- Entrevistas en profundidad con expertos nacionales en Entrepreneurship.
- Una amplia selección de datos nacionales estandarizados.

Las principales conclusiones al respecto de la edición 2002 son las siguientes:

- Alrededor de 286 millones de adultos de 37 países están involucrados

con algún tipo de actividad emprendedora. Del total de la población activa de los países GEM (individuos entre 18 y 64 años) un 12 % está, en alguna medida involucrado en el proceso de creación o desarrollo de un nuevo emprendimiento. Estos países representan el 62% de la población mundial.

- Las diferencias entre países son muy significativas. Los niveles más bajos se registraron en los países asiáticos desarrollados (Japón, Hong Kong, Taiwán y Singapur) y Europa Central (Rusia, Croacia, Polonia, Eslovenia y Hungría) seguidos de la Unión Europea e Israel. Las ex colonias británicas (Australia, Canadá, Nueva Zelanda, Sudáfrica y Estados Unidos) mostraron niveles significativamente superiores y más aún América Latina (Argentina Brasil, Chile y México). Los países asiáticos en desarrollo (China, Corea, India, Tailandia) son los que mostraron las tasas más altas.

- Entre el 2001 y el 2002 el nivel de actividad emprendedora registró una caída del 25%, no habiéndose observado cambios entre el 2000 y el 2001. Este comportamiento podría estar reflejando la estabilidad global en el crecimiento económico entre el 2000 y el 2001 y la caída entre el 2001 y el 2002. Esto último abona la hipótesis de la influencia de los factores exógenos ^(macro) en la actividad emprendedora.

- A partir de la versión 2001 el GEM pudo diferenciar la actividad emprendedora por "oportunidad" (para aprovechar una oportunidad de mercado) de la de por "necesidad" (por no tener una mejor alternativa de trabajo). Lo cual indicaría que la situación del entorno de caída del empleo estaría afectando la creación de nuevas empresas.

- El informe explica, que del total de la población emprendedora de los países GEM 2002, alrededor de dos tercios lo hace por oportunidad y un tercio por necesidad, en promedio. Sin embargo estos porcentajes varían entre los distintos países. Los emprendedores motivados por "oportunidad" prevalecen en los países desarrollados, mientras que los movidos por "necesidad" representan hasta el 50% en los países en desarrollo. En Estados Unidos la actividad emprendedora por "Oportunidad" es del 87% y solo el 11% por "Necesidad". En cambio en China, Brasil y Argentina se produce el fenómeno inverso; con tasas de actividad emprendedora por necesidad superiores al 50%.

Com 2005/2006 -

- Existe una relación estable a nivel global entre factores demográficos (edad y sexo) y actividad emprendedora. Los hombres en promedio son un 50% más emprendedores que las mujeres (13.9 y 8.9% respectivamente). Por otro lado, en la mayoría de los países los individuos entre 25 y 44 años son los más emprendedores.

- Las razones que impulsan a las mujeres a emprender son distintas a la de los hombres. En los países desarrollados las mujeres son más emprendedoras cuanto mayor sea la igualdad de oportunidades en el desarrollo de carrera (actividad emprendedora por oportunidad). En los países en desarrollo la participación de la mujer refleja la falta de empleo y de educación (actividad emprendedora por necesidad).

- Las políticas de gobierno, normas sociales y culturales; educación y capacitación fueron destacados por la mayoría de los expertos como factores clave que favorecen o perjudican el desarrollo de la actividad de un país. También se dio especial importancia al apoyo financiero para el start-up (lanzamiento o inicio).

El Caso Argentino:

Los principales resultados del informe GEM para Argentina muestran lo siguiente:

- Argentina, con un 14.2% de tasa de actividad emprendedora está entre las cinco primeras países más emprendedores del mundo, después de Chile y de Corea. Este valor se ubica casi un 80% por encima del promedio del total de países GEM 2002(8%) y muy cercano del porcentaje correspondiente a América Latina (14%).

- Hay más de 3 millones de personas vinculadas con nuevos emprendimientos (el 14.2% de la población adulta de 21.987.000). Esto significa que uno de cada 7 argentinos (entre 18 y 64 años) emprende. Argentina ocupa el 8° puesto en cuanto a cantidad de emprendedores en términos absolutos, después de la India, China, EEUU, Brasil, Tailandia, México y Corea.

- Junto con Brasil, Argentina es el país que mayor proporción de emprendedores por necesidad tiene. Más de 7 de cada 100 adultos está embarcado en un nuevo negocio porque no tienen otra alternativa. Esto supera el 50% del total de emprendedores, porcentaje mayor que el del año anterior.

- Las mujeres argentinas están entre las más emprendedoras del mundo. Argentina con más de 11 mujeres cada 100 que emprenden se ubica en tercer lugar después de Tailandia e India. La mayoría lo hace por necesidad. La relación entre la actividad emprendedora de nuestra población masculina vs. Femenina es de 1.5 a 1, valor por encima del promedio de todos los países GEM y similar al resto de los paises de América Latina (México 1.4:1 y Brasil 1.4:1) a excepción de CHILE (2.3:1).

- La actividad emprendedora en Argentina tanto en hombres como en mujeres aumenta con el nivel educativo. El 40% del total de emprendedores ha alcanzado el nivel universitario y casi el 70% ha completado el secundario.

- De la opinión de los expertos consultados en Argentina, surgen las siguientes cuestiones clave que afectan la creación de nuevos negocios: las políticas de gobierno y las normas sociales y culturales son los factores más importantes que entorpecen en Argentina a la actividad emprendedora.

- Los aspectos más críticos de las políticas públicas son: el cambio continuo en las reglas de juego económicas, la ausencia de un marco jurídico estable y un gobierno fuerte, la ineficiencia del estado para incentivar el desarrollo de emprendimientos, la ineficiencia de la recaudación que genera distorsiones en los mercados, la alta carga impositiva para las firmas nuevas que pagan, las excesivas cargas tributarias para las empresas nuevas.

- Los aspectos más críticos en normas sociales y culturales son: la ausencia de una cultura emprendedora. La educación en general no promueve sus principales valores: responsabilidad colectiva autosuficiencia.

- La actividad emprendedora no está vista como una opción de carrera y se desconfía del emprendedor exitoso. La ausencia de una cultura asociativa que permita la cooperación entre emprendedores, debido a la falta de confianza en las instituciones y en el otro.

- Los aspectos más positivos del caso argentino son: la apertura de los mercados, la infraestructura física y la educación y la capacitación favorecen la actividad emprendedora en Argentina; la existencia de nuevos nichos de mercado aún no explotados, generados por la crisis económica y de sectores de demanda dinámica abiertos a nuevos servicios y productos innovadores; creciente desarrollo de emprendimientos sociales; la amplia oferta y diversidad de recursos naturales; el buen nivel promedio de educación argentina, con

respecto al resto de América Latina, el buen nivel de capacitación y la buena actitud frente a la capacitación y el aprendizaje de nuevas habilidades de la mayoría de ejecutivos de empresas y técnicos argentinos; el buen nivel de tradición y educación científica.

¿Existe el vínculo Emprendedor - Entorno?

! Es no.

F. Graña, plantea que para la creación de empresas hace falta disponer de recursos, activos, capital, etc. Estos recursos pueden provenir del dueño o fundador de la empresa o de fuentes externas.

De ahí que sostiene que el acceso al financiamiento es un factor clave para que se generen nuevos negocios. Las principales fuentes de financiamiento de los nuevos emprendimientos, especialmente en la etapa de nacimiento y despegue son el capital propio del empresario, los préstamos de familiares o amigos, el crédito de proveedores, y el crédito bancario (sobregiro), mientras que los problemas más comunes, son el acceso al crédito y la falta de liquidez (Myers, 1984; Holmes y Kent, 1991).

En cuanto al problema del acceso al capital externo, la hipótesis del Orden de Preferencias, planteada por Myers (1984) para empresas grandes, puede aplicarse según el autor citado a los nuevos emprendimientos. O sea que los emprendedores, buscarán un financiamiento que minimice la injerencia de terceros, de manera de mantener el control de la propiedad del negocio, agotada esta instancia buscarán opciones que impliquen mayor interferencia en la toma de decisiones. Esta preferencia se explica también en el limitado espectro de opciones de financiamiento disponible para las empresas nacientes, hasta que demuestren que el negocio funciona y que la demanda existe (Mason 1998)⁸.

Los recursos, también incluyen los "intangibles" de los emprendedores. Estos son considerados fundamentales para la viabilidad del negocio y su rendimiento. Por esto se entiende la calidad de la información con que el emprendedor cuenta, el conocimiento de las oportunidades de mercado, técnicas de producción, habilidades, conocimientos gerenciales, en comercialización, recursos humanos, a través de su experiencia como dependiente o de su capacitación.

⁶ Myers SC. (1984) The capital Structure Puzzle, Journal of Finance, 34, pp.575-592, citado en Graña.

⁷ Holmes S. y Kent P. (1991) An empirical Analysis of the Structure of Small and Large Australian Manufacturing Firms. The Journal of Small Business Finance, 1, pp.141-54

⁸ Mason C (1998) El financiamiento y las pequeñas y Medianas empresas. En Desarrollo y Gestión de Pymes, Universidad de Gral Sarmiento, cap. 8, pp 245-276.

F. Graña cita a Rea (1999)⁹ que explica tres tipos de intangibles: competencias profesionales, creatividad y habilidad para relacionarse. Este conjunto de elementos son importantes en la medida que ayuden al emprendedor a percibir y analizar el negocio.

Estos autores, analizan el entorno en el cual el emprendedor llevará adelante su proyecto, poniendo énfasis en la importancia de la definición que cada empresa haga de su ambiente específico. El entorno, entonces no solo es generador de motivación sino, significa de alguna manera apoyo o no para poder implementar el negocio.

El modelo se focaliza en tres áreas del proceso de toma de decisiones caracterizado por tres capas: 1) El ambiente de referencia, incluye todas las opciones de relaciones consideradas; 2) El ambiente vigente, incluye todas las opciones evaluadas; 3) El sistema entorno de la empresa, que incluye todas las opciones seleccionadas. Para estos autores la clave del éxito depende de la habilidad del emprendedor en seleccionar el "correcto ambiente" con el que la empresa va a interactuar (contexto específico).

En la selección del entorno específico influyen las características y capacidades del emprendedor, así como sus contactos personales. Para muchos autores (entre ellos Varela R. 2000; Johannisson: 1989 - 1996)¹⁰ las redes personales del emprendedor son un elemento diferenciador de estos individuos y dan fortaleza al nuevo emprendimiento.

Por último F. Graña, como conclusión señala que si bien la incertidumbre y turbulencia del contexto macroeconómico puede ser relevantes, más aún cuando estas son muy marcadas, el umbral a partir del cual esto ocurre es alto. Por lo cual resulta interesante analizar cuales son las variables del contexto que hacen viables ciertos emprendimientos, en un entorno macroeconómico dado. Por otra parte, las condiciones más propicias para el surgimiento de nuevos negocios, no son necesariamente las de un contexto floreciente.

Highfield y Smiley (1986)¹¹ explican que en una economía donde se registran altas tasas de desempleo y lento crecimiento sería más propicia para la creación de

⁹ Rea A; Maggiore y Allegro I. (1999) The process of Enterprise creation: a look into the "black box" of entrepreneurship evaluation. Frontiers of Entrepreneurship Research, Center for Entrepreneurship, Babson College.

¹⁰ Johannisson, B. (1996) Personal networks and emerging interconnecting patterns among small firms as indicators of firm evolution. Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship, Halmstaad University Sweden, p 23.

¹¹ Highfield y Smiley, R. (1986) New Business Starts and Economic Activity: An Empirical Investigation, International Journal of Industrial Organization, Vol. 5, pp. 51-66, North-Holland

nuevas empresas. Distintos trabajos de investigación han mostrado distintas posiciones respecto a la influencia del contexto en la dinámica emprendedora, pero casi todos coinciden en que el entorno y su vínculo con el emprendedor se constituyen en una variable clave.

¿Qué se entiende por contexto?

El contexto ha recibido diferentes denominaciones y definiciones según distintos autores y pueden considerarse como equivalentes, las expresiones: ambiente, entorno, medio, macroambiente, y suprasistema ambiental a los efectos de esta aproximación inicial a la teoría de sistemas abiertos. Por razones de simplicidad se utilizará la palabra contexto (Gilli y otros).

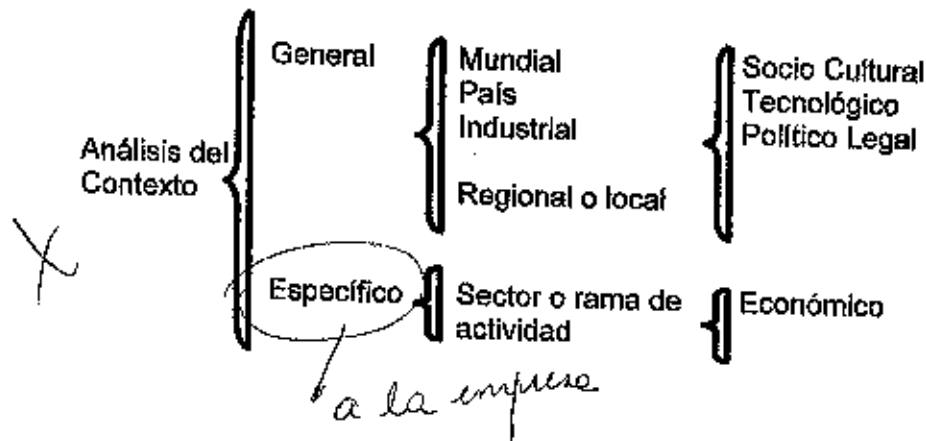
El *contexto*, por definición es todo lo ajeno a la variable que estemos analizando. A pesar de la dificultad que significa en todo sistema, establecer con claridad los límites, puede decirse que este contexto se puede estudiar en cuatro dimensiones:

- Socio cultural
- Económico
- Tecnológico
- Político Legal.

Cada una de estas dimensiones puede ser identificada por un conjunto de factores o variables explicativas que sirven para elaborar el diagnóstico correspondiente.

Es vital la importancia de estudiar el contexto en que se desenvuelven las personas debido a la influencia que produce en su comportamiento. → *flca. educación, cultura, personalidad*

El estudio del contexto requiere de un cierto método que permitirá el diagnóstico externo que podría ser la siguiente:



Contexto macro general.

Aspectos Sociales y Culturales.

Incluye los valores de la sociedad que predeterminan la forma en que la gente interpreta o recibe los estímulos (acciones) de las organizaciones que la integran.

Un valor es un patrón de medida para los comportamientos sociales. Por ejemplo, que se considera una práctica comercial honesta, que actitudes de las personas se consideran aceptables en su condición de trabajadores, que significan la discriminación, la solidaridad, la cooperación, el respeto de la naturaleza. Estos valores no son inmutables, pero sus cambios no dependen de la acción de una organización en particular, sino de complejos procesos de transformación social.

Otro de los componentes es el clima social, que resulta de consideraciones de una sociedad dada acerca, por ejemplo, de la marginación, de los desprotegidos, de la propia conciencia de esos sectores sobre su condición y de su actitud de aceptación o denuncia respecto de ella. Se refiere al grado de conflictividad o tensión que existe en el entramado social.

Las variables demográficas constituyen otro componente importante y se vinculan con el perfil de la población: edad, sexo, distribución espacial, movimientos migratorios, nivel de instrucción, condiciones en las que viven, etc.

El nivel educativo es una variable de particular significación si tomamos en cuenta la importancia de la tecnología y el conocimiento sobre la actual dinámica social mundial.

Las variables demográficas y el nivel educativo, y en un sentido más general, la cultura de la población, se pueden incluir en el actual concepto de desarrollo humano.

Aspectos Económicos

Incluye los recursos naturales y sus condiciones de explotación, la infraestructura de comunicaciones y transporte, etc.

También comprende las prácticas económicas, la composición de los sectores productivos, la contribución de esos sectores al PBI, la existencia o no de mecanismos de planificación económica, las políticas tributarias, las políticas orientadas al crecimiento, a la promoción de las exportaciones, la dinámica de las inversiones, la magnitud relativa de las empresas, etcétera.

Marco Político – Legal:

Esta relacionado con el marco normativo que regula las interrelaciones entre las organizaciones. Se vincula básicamente con las normas que regulan las interacciones entre individuos y organizaciones, los mecanismos para dirimir los conflictos, las normas de regulación de algunas actividades productivas, la protección del consumidor, los controles especiales sobre los servicios de salud, la elaboración de alimentos o medicamentos.

Para los propósitos de esta investigación, interesa resaltar como la relación de grupos de variables que componen el contexto tales como: Contexto social, cultural y político; condiciones generales del contexto nacional y la actividad emprendedora.

72



Capítulo 3 – Trabajo de Campo

3.1 La Investigación - Primera Etapa

La primera etapa comprendió el análisis y la diferenciación de tres contextos. Se definió que las poblaciones bajo estudio serían La Plata, Mar del Plata y Bahía Blanca. La selección de las ciudades se hizo considerando, los lugares sobre los cuales la recolección de los datos podía ser comparable y verificable.

Para caracterizar y poder diferenciar los contextos se trabajó con la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), programa nacional que desarrolla el INDEC desde 1972, conjuntamente con las Direcciones Provinciales de estadística (DPE) desde 1974. Los registros de la EPH, relevan actualmente información socioeconómica. Utilizan para ello un cuestionario familiar (con datos de la vivienda y características del hogar) y un cuestionario individual (con datos laborales, de ingresos, de educación y de migraciones de cada uno de los componentes del hogar) todo lo cual, en este trabajo, se considera macro-contexto.

¿Qué año se tomó?

La EPH brinda un conjunto de dimensiones básicas que pretenden dar respuesta a los siguientes ejes conceptuales.

- Caracterizar a la población desde el punto de vista demográfico.
- Caracterizar a la población por su participación en la producción de bienes y servicios.
- Caracterizar a la población por su participación en la distribución del producto social.

La E.P.H. es una encuesta por muestreo, desarrollada en aglomerados urbanos; esto significa que para conocer las diversas características del total de los hogares de un aglomerado urbano se encuesta una pequeña fracción representativa de los mismos. La aplicación rigurosa de técnicas estadísticas permite garantizar la precisión de los datos así obtenidos.

Por tal motivo, las conclusiones que surjan del análisis de datos de un aglomerado urbano NO deben dar lugar a supuestos de validez para otras áreas geográficas no cubiertas por la Encuesta (país, provincia, etc.)

Para la expansión de la muestra se utilizan estimadores de razón, usando como variable auxiliar las proyecciones demográficas de población elaboradas por el INDEC para estos aglomerados.

Con esta información se obtuvo la caracterización del contexto social, cultural y económico de cada ciudad. Se entiende que el contexto en el ámbito tecnológico y legal es similar en todas las regiones de la Argentina y especialmente de la Provincia de Buenos Aires por lo que no presentarían diferencias sustentables.

1) Variables Seleccionadas:

Las variables seleccionadas para caracterizar los conceptos fueron:

- Tipo de Vivienda
- Estado (se refiere a si el individuo esta ocupado, desempleado, inactivo o desconocido).
- Sexo
- Condición (se refiere a la condición del individuo en caso de estar ocupado).
- Tipo de Establecimiento (se refiere al Tipo de Establecimiento donde trabajan los individuos en caso de estar ocupados).
- Cantidad de Personas (se refiere a la cantidad de personas que trabajan en los establecimientos)
- Tipo de Ocupación (se refiere al tipo de ocupación en caso de que la persona este trabajando).
- Nivel de Educación.
- Donde Nació (se refiere a si el individuo es nacido en la ciudad donde es encuestado).
- Monto del Ingreso Familiar

A continuación se presenta de cada una de ella, el Campo, Tipo y Descripción de cada una, adoptando el nomenclador de la EPH.

Anexo

Cuadro N° 1 – Tipo de Vivienda

Campo		Tipo		Descripción	
7	P01	N	1	Tipo de Vivienda	1 Casa
					2 Departamento
					3 Vivienda en lugar de trabajo
					4 Inquilinato
					5 Hotel o Pensión
					Vivienda no destinada a fines habitables
					7 Vivienda en villa
					8 Otros

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 2 – Monto del Ingreso Familiar

Campo		Tipo		Descripción	
25	ITF	N	12	2	Monto de Ingreso Total Familiar

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 3 – Sexo

Campo		Tipo		Descripción	
10	H13	N	1	Sexo	1 Varón 2 Mujer

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 4 – Estado

Campo		Tipo		Descripción	
28	Estado	N	1	Estado	1 Ocupado 2 Desocupado 3 Inactivo 4 Desconocido

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 5 – Condición

Campo		Tipo		Descripción	
39	PI7	N	1	Condición	1 Patrón o Empleador 2 Trabajador por su cuenta 3 Obrero o empleado 4 Trabajador sin salario

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 6 – Tipo de Establecimiento

Campo		Tipo		Descripción	
40	PI8b	N	3	Tipo de Establecimiento	1 Público 2 Privado 3 Otro

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 7 – Cant. De Personas en el Establecimiento

Campo		Tipo		Descripción	
42	PI9	N	1	Cant. De Personas	1 2 2 a 5 3 6 a 15 4 16 a 25 5 26 a 50 6 51 a 101 7 101 a 500 8 501 o más 9 No sabe

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 8 – Tipo de Ocupación

Campo		Tipo		Descripción	
50	F24	N	1	Tipo de Ocupación	1 Permanente
					2 Temporal
					3 Carga
					4 Duración Desconocida

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 9 – Nivel de Educación

Campo		Tipo		Descripción		
109	F56	Ch	1	Nivel de Educación	Blanco	Pre - Escolar
						1 Primario
						2 Nacional
						3 Comercial
						4 Normal
						5 Técnica
						6 Otra Enseñanza Media
						7 Superior
		8 Universitaria				

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

Cuadro N° 10 – Donde Nació

Campo		Tipo		Descripción	
113	F59	N	1	Donde Nació	1 En esta ciudad
					2 En otra ciudad de esta provincia
					3 En otra Provincia
					4 En otro país

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

2) Resultados y Análisis de Datos Comparado entre contextos (ciudades):

Cuadro N° 11 – Resultados: Tipo de Vivienda

		Tipo de Vivienda		
		La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
1	Casa	37%	35%	34%
2	Departamento	63%	65%	66%
	Total	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

- El "Tipo de Vivienda" no presenta diferencias significativas entre las 3 ciudades (Cuadro N° 11).

Cuadro N° 12 – Resultados: Estado

		Estado		
		La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
1	Ocupado	37%	36%	34%
2	Desocupado	6%	10%	6%
3	Inactivo	57%	54%	60%
	Total	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

- En el Cuadro N° 12, muestra los resultados de la variable "Estado" (se refiere a su condición de Ocupado/Desocupado/Inactivo) donde los resultados son

que el índice de desocupación en Mar del Plata es superior comparado con La Plata y Bahía Blanca; la población con mayor índice de personas inactivas es Bahía Blanca.

Cuadro N° 13 – Resultados: Sexo

		Sexo		
		La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
1	Hombres	47%	46%	49%
2	Mujeres	53%	54%	51%
Total		100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

▪ La composición de las poblaciones por "Sexo", no presenta mayores diferencias entre las ciudades de La Plata y Mar del Plata siendo Bahía Blanca una población compuesta en prácticamente similares porcentajes de Hombres y de Mujeres.

Cuadro N° 14 – Resultados: Ocupado

		Condición si Estado == Ocupado		
		La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
1	Patrón o Empleador	2%	7%	5%
2	Trabajador por su cuenta	21%	24%	23%
3	Obrero o empleado	77%	68%	71%
4	Trabajador sin salario	0%	1%	1%
Total		100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

▪ La "Ocupación" (en caso de estar empleado) de la población, muestra que, la ciudad de Mar del Plata es la de mayor proporción de "Patrón o Empleador" (7%), que se asocia a personas que han puesto su propio negocio; en la ciudad de La Plata en cambio se destaca la categoría "Obreros o Empleados" (77%).

Cuadro N° 15 – Resultados: Tipo de Establecimiento si este Ocupado

		Tipo de Establecimiento si Estado == Ocupado		
		La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
1	Público	40%	15%	23%
2	Privado	59%	85%	74%
3	Otro	1%	0%	3%
Total		100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

▪ El "Tipo de Establecimiento" (Cuadro N° 15) en el que trabaja la gente (en caso de estar ocupado) muestra una gran diferencia a favor de los

establecimientos públicos en La Plata, seguido por Bahía Blanca; la ciudad de mayores establecimientos privados es Mar del Plata.

Cuadro N° 16 – Resultados: Cantidad de Personas en el Establecimiento

Cantidad de Personas en el Establecimiento si Estado = Ocupado										
Categoría	Cantidad de Personas	La Plata			Mar del Plata			Bahía Blanca		
		Promedio	Est. Público	Est. Privado	Promedio	Est. Público	Est. Privado	Promedio	Est. Público	Est. Privado
1	1	22%	3%	35%	22%	0%	28%	25%	4%	33%
2	2 a 5	21%	4%	32%	31%	7%	35%	25%	13%	30%
3	6 a 15	18%	16%	11%	11%	16%	10%	13%	17%	11%
4	16 a 25	9%	19%	5%	4%	12%	3%	4%	3%	4%
5	26 a 50	7%	13%	2%	6%	10%	4%	8%	14%	5%
6	51 a 101	8%	10%	3%	5%	16%	4%	5%	8%	3%
7	101 a 500	8%	15%	3%	4%	10%	3%	6%	13%	3%
8	501 o más	5%	7%	3%	3%	10%	2%	3%	9%	1%
9	No sabe	11%	18%	6%	14%	20%	12%	12%	18%	10%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

- La Cantidad de Personas en el Establecimiento (en caso de la persona estar ocupada) muestra que la ciudad de La Plata es la que tiene, en promedio, establecimientos más grandes.
- Por lo general, en los Establecimientos Públicos tienen mayor tamaño (medido en número de personas) que los Establecimientos Privados en las tres ciudades.
- Los resultados muestran que los Establecimientos Privados tienen, por lo general, menos de 15 personas.

Cuadro N° 17 – Resultados: Tipo de Ocupación

Tipo de Ocupación si Estado = Ocupado										
Categoría	Tipo de Ocupación	La Plata			Mar del Plata			Bahía Blanca		
		Promedio	Est. Público	Est. Privado	Promedio	Est. Público	Est. Privado	Promedio	Est. Público	Est. Privado
1	Permanente	83%	80%	88%	80%	83%	80%	89%	87%	90%
2	Temporaria	4%	7%	3%	8%	34%	3%	4%	6%	8%
3	Changa	1%	12%	2%	0%	7%	7%	2%	0%	3%
4	Duración Des	11%	1%	6%	1%	3%	1%	5%	8%	4%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

- El Tipo de Ocupación muestra que, en promedio, la ciudad de Bahía Blanca es la de mayor porcentaje de empleados "Permanentes". Esto se repite tanto en los Establecimientos Públicos como Privados.
- La ciudad de Mar del Plata tiene la particularidad de tener el mayor porcentaje de empleados temporarios. Esto se observa que se da fundamentalmente en Establecimientos Públicos.

Cuadro N° 18 – Resultados: Nivel de Educación

Categoría	Nivel de Educación	Nivel de Educación											
		La Plata				Mar del Plata				Bahía Blanca			
		Prom.	Ocup.	Desocup.	Inactivo	Prom.	Ocup.	Desocup.	Inactivo	Prom.	Ocup.	Desocup.	Inactivo
1	Primario	39%	27%	28%	50%	48%	33%	30%	50%	44%	30%	33%	56%
2	Nacional	23%	22%	27%	24%	23%	21%	30%	23%	23%	28%	34%	20%
3	Comercial	6%	6%	8%	3%	7%	8%	14%	8%	5%	6%	3%	4%
4	Normal	2%	1%	4%	2%	1%	1%	0%	1%	3%	3%	1%	3%
5	Técnica	3%	5%	2%	1%	4%	7%	4%	1%	3%	5%	1%	2%
6	Otra Enseñanza Media	2%	2%	5%	0%	1%	2%	2%	1%	0%	1%	0%	0%
7	Superior	6%	0%	5%	4%	6%	9%	2%	3%	0%	12%	13%	6%
8	Universitaria	22%	29%	21%	18%	13%	19%	13%	7%	13%	17%	14%	11%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

- La Ciudad de La Plata es la que cuenta con el mayor porcentaje de graduados universitarios, siendo la ciudad de Mar del Plata, seguida por la ciudad de Bahía Blanca las ciudades que tienen alrededor del 45% de la población que han terminado sus estudios primarios.

- El porcentaje de egresados de escuelas Técnicas oscila el 3% de la población en las tres ciudades.

- La ciudad de La Plata es la única en las cuales de las personas "Ocupadas", el mayor porcentaje son personas con educación universitaria; en Mar del Plata y Bahía Blanca el mayor porcentaje corresponde a personas que han terminado la escuela primaria.

Cuadro N° 19 – Resultados: Nivel de Educación si esta ocupado

Categoría	Nivel de Educación	Nivel de Educación si Estado = 1								
		La Plata			Mar del Plata			Bahía Blanca		
		Prom.	Est. Público	Est. Privado	Prom.	Est. Público	Est. Privado	Prom.	Est. Público	Est. Privado
1	Primario	27%	24%	28%	33%	31%	34%	30%	26%	31%
2	Nacional	22%	22%	21%	21%	11%	23%	26%	15%	29%
3	Comercial	6%	6%	7%	8%	4%	9%	6%	6%	6%
4	Normal	1%	0	1%	1%	3%	1%	3%	6%	2%
5	Técnica	6%	5%	5%	7%	10%	7%	5%	3%	6%
6	Otra Enseñanza	2%	1%	3%	2%	1%	1%	1%	2%	1%
7	Superior	9%	11%	8%	9%	13%	0%	12%	23%	9%
8	Universitaria	29%	32%	28%	19%	28%	17%	17%	20%	17%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

- En los establecimientos públicos, la ciudad de La Plata es la que cuenta

con mayor porcentaje de universitarios; Mar del Plata tiene el mayor porcentaje de trabajadores con educación primaria desempeñando sus tareas en el sector público.

▪ La ciudad de La Plata es la cuenta con mayores universitarios desarrollando sus actividades en el sector privado mientras que Mar del Plata y Bahía Blanca tiene alrededor del 60% de la fuerza laboral que desarrolla sus actividades en el sector privado, con educación "Primario" y/o "Nacional".

Cuadro N° 20 – Resultados: Vinculo entre Sexo y Nivel de Educación

		Vinculo entre Sexo y Nivel de Educación								
		La Plata			Mar del Plata			Bahia Blanca		
		Prom.	Hombres	Mujeres	Prom.	Hombres	Mujeres	Prom.	Hombres	Mujeres
1.	Primario	38%	40%	38%	46%	48%	44%	44%	44%	43%
2.	Nacional	23%	23%	23%	23%	25%	21%	23%	26%	21%
3.	Comercial	5%	4%	6%	7%	5%	0%	5%	3%	6%
4.	Normal	2%	1%	2%	1%	0%	2%	3%	2%	3%
5.	Técnica	3%	5%	1%	4%	7%	1%	3%	5%	1%
6.	Otra Enseñanza	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%
7.	Superior	6%	4%	8%	8%	3%	6%	9%	5%	13%
8.	Universitaria	22%	21%	22%	13%	11%	14%	13%	15%	12%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

▪ La ciudad de Bahía Blanca es la única que presenta la particularidad, de que es superior el porcentaje hombres con educación universitaria que mujeres con educación universitaria (15% vs 12%).

▪ En Mar del Plata, el 48% de los hombres tiene educación de nivel "Primario" y solo el 11% tiene "Educación Universitaria".

▪ La ciudad de La Plata es la que tiene un mayor porcentaje de hombres y mujeres con "Educación Universitaria" (22% - Ver Cuadro N° 20).

Cuadro N° 21 – Resultados: Lugar de Nacimiento

		Donde Nacio		
		La Plata	Mar del Plata	Bahia Blanca
1.	En esta ciudad	71%	55%	63%
2.	En otra ciudad de esta provincia	14%	29%	18%
3.	En otra Provincia	10%	12%	12%
4.	En otro país	5%	3%	7%
Total		100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

- La ciudad de Mar del Plata es la que mayor porcentaje de inmigrantes dentro de su población.

Cuadro Nº 22 – Resultados: Ingreso Total Familiar

Ingreso Total Familiar				
		La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
0	Menor a 0	34%	28%	17%
1	Entre 1 y 400	18%	21%	25%
2	Entre 401 y 800	21%	21%	23%
3	Entre 801 y 1600	19%	20%	24%
4	Entre 1601 y 2500	5%	6%	8%
5	Mayor a \$ 2500	4%	4%	4%
	Total	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares

- Al analizar la variable ingreso Total Familiar arroja datos que demuestran que Bahía Blanca es la ciudad con mayor ingreso total familiar y la ciudad de La Plata y Mar del Plata son muy similares.

El análisis de los datos, nos deja como indicios que las mayores diferencias entre las ciudades se localizan al analizar las variables: estado, educación, educación por sexo, ingreso total familiar, lugar de origen, tipo de ocupación, y tipo del establecimiento.

Esta primera etapa concluye con la determinación de que los tres contextos a analizar (las ciudades) difieren entre sí.

3.2 La Investigación – Segunda Etapa:

Esta segunda etapa, consistió en definir las poblaciones homogéneas a relevar en los tres contextos para describir y comparar las actitudes emprendedoras.

Por "poblaciones homogéneas" se entienden poblaciones que tengan un mismo nivel educativo, similar edad, similares gustos y que pertenezcan a un similar nivel social, económico y cultural.

Se eligió como universo los alumnos de 1er año de las Facultades de Ciencias Económicas de las Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional de Mar del Plata y Universidad Nacional del Sur.

Estas poblaciones tienen un mismo promedio de edad (19 / 20 años), gustos profesionales similares (que se evidencia en la elección de la carrera), todos han recibido como educación formal hasta el nivel polimodal y en términos generales pertenecen a la clase media.

1) La recolección de datos:

Se utilizó un instrumento de relevamiento que cumple las condiciones de confiabilidad y validez. El instrumento de relevamiento fue desarrollado por un el grupo de investigación de la Facultad de Ciencias Económicas – UNLP¹² especialmente diseñado para medir actitudes emprendedoras.

Al momento de desarrollarlo se siguieron los siguientes pasos:

- Listar las variables a medir.
- Revisar su definición.
- Determinar la manera de medirlas y dimensionarlas.

En esta etapa del trabajo se medirán preferencias, percepción de formación y percepción de donde se gana más dinero, así como las actitudes emprendedoras. Siendo, necesario, aclarar que por actitud se entiende, que es "una predisposición aprendida para responder consistentemente de una manera favorable o desfavorable ante un objeto de sus símbolos" (Fishbein y Ajzen, 1975; Oskamp, 1977).

Las actitudes están relacionadas con el comportamiento que se mantienen en torno a los objetos a que hacen referencia. Las actitudes son un indicador de la conducta, pero no la conducta en sí.

Se utilizó un cuestionario de 30 preguntas cerradas, donde el respondiente puede seleccionar solo una opción o categoría de respuesta.

Dependiendo de la variable a relevar se utilizaron una o más preguntas.

Las preguntas tenían como condición:

- Ser claras y comprensibles.
- No deben incomodar al respondiente.
- Se refieren a un solo objeto.
- No inducen respuesta.

A continuación se presenta las variables relevadas, su indicador y su codificación.

¹² Grupo de Investigadores: Mg. Liliانا C. Galán, Lic. Gabriela F. Mollo, Lic. María Andrea Santangelo y Lic. Eduardo A. De Giusti

Dimensión	VARIABLE	Indicador	Codificación
Genero	Sexo	Según el alumno sea hombre o mujer	Hombre = 1
			Mujer = 2
Actitudes Emprendedoras	Motivación de Logro	Según el alumno declare si Define sus Objetivos	Si = 1
			No = 2
		Según el alumno declare si Controla los Objetivos	Si/No = 3
			Si = 1
	Autoconfianza	Según el alumno declare el Grado de Contribución personal en la consecución de objetivos organizacionales	Muy importante = 1
			Importante = 2
			Poco importante = 3
			No/No = 4
	Liderazgo	Según el alumno sea elegido para representar a distintos grupos	Siempre = 1
			A Veces = 2
			Nunca = 3
			No/No = 4
	Creatividad	Según el alumno declare la importancia del Peso en el momento de la toma de decisiones - Representatividad	Muy importante = 1
			Importante = 2
			Poco importante = 3
		Según el alumno declare su postura ante las Ideas - Flexibilidad	Siempre = 1
Algunas Veces = 2			
Pocas Veces = 3			
Según el alumno declare su habilidad por Generar Ideas - Fluidez	Analizar Alternativas de otros = 1		
	Analizar Alternativas propias = 2		
	Generar Alternativas = 3		
Riesgo	Según el alumno declare su intención de invertir dinero en un emprendimiento	Ninguna = 4	
		Nada = 1	
		Medio de mis Ahorros = 2	
	Según el alumno declare su intención de invertir tiempo en un emprendimiento	Todos mis Ahorros = 3	
		Todos mis Ahorros y hasta me endeudaría un poco = 4	
		Todos mis Ahorros y me endeudaría mucho = 5	
Percepciones Personales	Conoce Emprendedores	Según el conocimiento de amigos/familiares con emprendimiento propio	Si = 1
	Gusto	Según donde tenga intenciones de desarrollarse profesionalmente	No = 2
			Trabajar en el Sector Público = 1
			Trabajar en una Pyme = 2
			Trabajar en una Gran Empresa = 3
			Crear su Propia Empresa = 4
	Dinero	Según en que ámbito laboral percibe que obtendrá mayores beneficios económicos	Otro = 5
			Trabajar en el Sector Público = 1
			Trabajar en una Pyme = 2
			Trabajar en una Gran Empresa = 3
			Crear su Propia Empresa = 4
	Universalidad	Según en que ámbito laboral percibe que la universidad lo está preparando	Otro = 5
Trabajar en el Sector Público = 1			
Trabajar en una Pyme = 2			
Trabajar en una Gran Empresa = 3			
Crear su Propia Empresa = 4			

2) Descripción y Análisis de los Resultados:

El Trabajo de Campo consistió en un relevamiento de 399 casos, compuestos de la siguiente manera:

- La Plata = 250 casos
- Mar del Plata = 65 casos
- Bahía Blanca = 84 casos

Cuadro Nº 24 – Resultado: Sexo de las Poblaciones

Sexo de las Poblaciones			
	La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
Hombres	30%	38%	42%
Mujeres	70%	62%	58%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

El cuadro muestra que en todos los casos, existen un mayor número de estudiantes universitarias mujeres, siendo marcada la diferencia en los casos de La Plata y Mar del Plata.

Cuadro Nº 25 – Resultado: Estado Civil

Estado Civil			
	La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
Soltero	94%	91%	98%
Casado	6%	9%	2%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

La edad temprana de la población mostrada, tiene evidentes consecuencias con el resultado respecto al Estado Civil en donde la mayoría es "Soltero".

Cuadro Nº 26 – Resultado: Estado de Ocupación

Estado			
	La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
Trabaja	28%	22%	10%
No trabaja	72%	78%	90%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

La descripción del Cuadro Nº 26 muestra que los estudiantes de La Plata son los que ingresan al mercado laboral de manera más temprana siendo que el 28% de los encuestados declara "Trabajar".

Cuadro Nº 27 – Resultado: Relación entre Trabajo y Sexo

Relación entre Trabajo y Sexo						
	La Plata		Mar del Plata		Bahía Blanca	
	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres
Trabaja	27%	26%	40%	10%	12%	9%
No Trabaja	73%	74%	60%	90%	88%	91%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

La relación entre "Trabajo y Sexo", es contundente respecto al escaso porcentaje de mujeres en el mercado laboral en las ciudades de Mar del Plata y Bahía Blanca. Esto es un indicio de poblaciones más tradicionales, donde, el hombre es el sostén económico.

Mar del Plata es la que presenta mayor porcentaje de hombres que trabajan desde temprana edad (40% - Cuadro Nº 27).

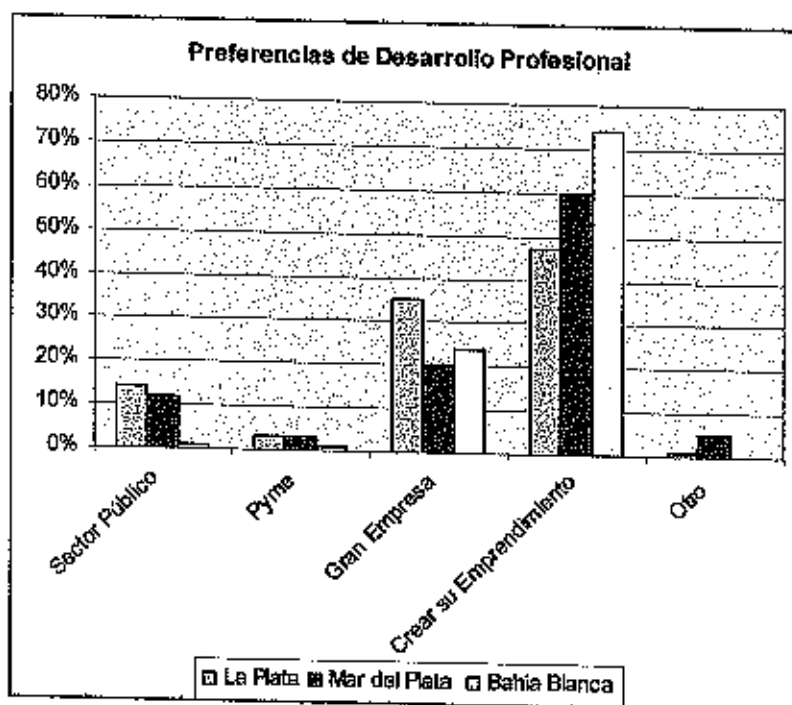
Cuadro Nº 28 – Resultado: Preferencia en la Formación

Preferencia en la Formación			
Preferencia en la Formación	La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
Sector Público	14%	12%	1%
Dependencia en Pyme	3%	3%	1%
Dependencia en Gran Empresa	35%	20%	24%
Crear su Propio Emprendimiento	47%	60%	74%
Otro	1%	5%	0%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

El Cuadro Nº 28 presenta las "Preferencias de la formación" de los encuestados. En el caso de Bahía Blanca el 74% contestó "Crear su Propio Emprendimiento". Esta opción de carrera (en menor porcentaje) también es la opción mayormente elegida en las poblaciones de Mar del Plata (60%) y La Plata (47%).

Gráfico Nº 1 – Preferencias de Desarrollo Profesional



Fuente: Elaboración Propia

Haciendo una escala, a nivel general, en las tres poblaciones las preferencias responden al mismo patrón (Gráfico N° 1):

1. Crear su Propio Emprendimiento
2. Dependencia en Gran Empresa
3. Empleo Público

Cuadro N° 29 – Resultado: Relación entre Preferencia en la Formación y Sexo

	Relación entre Preferencia en la Formación y Sexo					
	La Plata		Mar del Plata		Bahía Blanca	
	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres
Sector Público	24%	10%	18%	10%	3%	0%
Dependencia en Pyme	4%	3%	0%	5%	3%	0%
Dependencia en Gran Empresa	28%	40%	20%	20%	24%	23%
Crear su Propio Emprendimiento	44%	45%	52%	65%	71%	77%
Otro	0%	2%	12%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

La descripción de la relación entre Preferencia en la Formación y Sexo, no evidencia ningún patrón que tenga suficiente entidad como para ser analizado.

Cuadro N° 30 – Resultado: Percepción de Retribución Monetaria

Percepción de Retribución Monetaria			
	La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
Sector Público	13%	11%	1%
Dependencia en Pyme	3%	3%	1%
Dependencia en Gran Empresa	43%	35%	42%
Crear su Propio Empeñamiento	38%	47%	66%
Otro	2%	3%	0%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados sobre la percepción que tienen sobre "Percepción de retribución monetaria", se observa que en las tres ciudades, está concentrada la percepción de que se obtendrán mayores ingresos desarrollándose profesionalmente en "Crear su Propia Empresa" y "Dependencia en Gran Empresa".

Cuadro N° 31 – Resultado: Relación entre Retribución Monetaria y Sexo

	Relación entre Retribución Monetaria y Sexo					
	La Plata		Mar del Plata		Bahía Blanca	
	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres
Sector Público	20%	9%	8%	13%	0%	2%
Dependencia en Pyme	0%	6%	0%	5%	3%	0%
Dependencia en Gran Empresa	44%	45%	52%	25%	47%	36%
Crear su Propio Empeñamiento	32%	40%	32%	58%	50%	59%
Otro	4%	2%	8%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

Si se analiza la relación entre "Retribución Monetaria y Sexo", se observa independientemente del sexo, las opciones de "Crear su Propia Empresa" y "Dependencia en Gran Empresa" son las más elegidas.

Se destaca que el 20% de los Hombres de La Plata, perciben que obtendrán mayor retribución trabajando en el "Sector Público".

Cuadro N° 32 – Resultado: Percepción de la Formación Universitaria

Percepción en la Formación Universitaria			
	La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
Sector Público	6%	14%	5%
Dependencia en Pyme	2%	17%	5%
Dependencia en Gran Empresa	22%	12%	22%
Crear su Propio Empeñamiento	43%	34%	53%
Otro	27%	23%	16%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

Se observa en el Cuadro N° 32, que en las tres ciudades, el mayor porcentaje de población (en este caso estudiantes) percibe estar siendo formados para "Crear su Propio Emprendimiento". Bahía Blanca es el caso de estudio más marcado (53%).

Se destaca que, a pesar de su reciente incorporación a los estudios surgen las primeras diferencias entre sus "Preferencias de Desarrollo Profesional" y "Percepción de Formación Recibida" (Cuadro N° 32 vs Cuadro N° 28).

En la ciudad de Mar del Plata, el 17% percibe estar siendo formados para trabajar en relación de "Dependencia en el Sector Pyme", cuando solo el 3% tiene la preferencia de desarrollarse en el sector.

En la ciudad de La Plata, el 6% percibe recibir formación para desarrollarse en el "Sector Público", cuando la preferencia por desarrollarse en el sector es del 14%.

En la ciudad de Bahía Blanca, el 5% percibe estar siendo formados para desarrollarse en el "Sector Público" y el 5% percibe estar siendo formados para trabajar en relación de "Dependencia en el Sector Pyme", cuando los porcentajes de estas opciones llegan al 1% (en ambos casos) cuando son consultados por sus preferencias.

Cuadro N° 33 – Resultado: Relación entre Formación Universitaria y Sexo

	Relación entre Formación Universitaria y Sexo					
	La Plata		Mar del Plata		Bahía Blanca	
	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres
Sector Público	8%	5%	12%	15%	6%	4%
Dependencia en Pyme	4%	0%	20%	15%	3%	7%
Dependencia en Gran Empresa	17%	25%	12%	13%	18%	24%
Crear su Propio Emprendimiento	46%	43%	20%	43%	53%	54%
Otro	25%	27%	36%	15%	21%	11%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

Al relacionar, la "Percepción de la formación recibida y el sexo", no se encuentran diferencias sustanciales en las ciudades de La Plata y Bahía Blanca.

En el caso particular de Mar del Plata, se observa una diferencia considerable entre la percepción de estar siendo formados para "Crear su Propio Emprendimiento" donde el porcentaje de mujeres con esta percepción duplica al porcentaje de hombres (43% vs 20% - Ver Cuadro N° 33).

Cuadro N° 34 – Resultado: Pensar en un emprendimiento

Pensar en Crear Emprendimiento			
	La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
Continuamente	22%	30%	33%
Algunas Veces	52%	56%	54%
1 Vez	4%	5%	4%
Nunca	17%	9%	7%
No Sabe / No Contesta	6%	0%	2%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

En el Cuadro Nº 34, se observan los datos que arrojan que las poblaciones de Mar del Plata y Bahía Blanca tienen resultados muy similares en lo que respecta a pensar "Continuamente" o "Algunas Veces" en realizar su propio emprendimiento.

El resultado de la población de La Plata, muestra que un 74% de la población esta "Continuamente" o "Algunas Veces" pensando en esta temática.

El resultado más llamativo lo presenta la población de la ciudad de La Plata que en un 23% responde "Nunca" o "No Sabe" sobre "Pensar en realizar su propio emprendimiento". En Mar del Plata y Bahía Blanca se observa que solo el 9% están en estas condiciones.

Cuadro Nº 35 -- Resultado: Relación entre Pensar en Crear su emprendimiento y sexo

	La Plata		Mar del Plata		Bahía Blanca	
	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres	Hombre	Mujeres
Continuamente	20%	24%	21%	35%	32%	33%
Algunas Veces	48%	51%	68%	55%	53%	53%
1 Vez	4%	4%	13%	0%	0%	0%
Nunca	20%	18%	8%	10%	3%	11%
No Sabe / No Contesta	8%	5%	0%	0%	3%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

No se observan resultados necesarios de ser analizados.

3) Actitudes Emprendedoras:

En el Cuadro Nº 36, se observan los resultados de las "Actitudes Emprendedoras" en las tres ciudades.

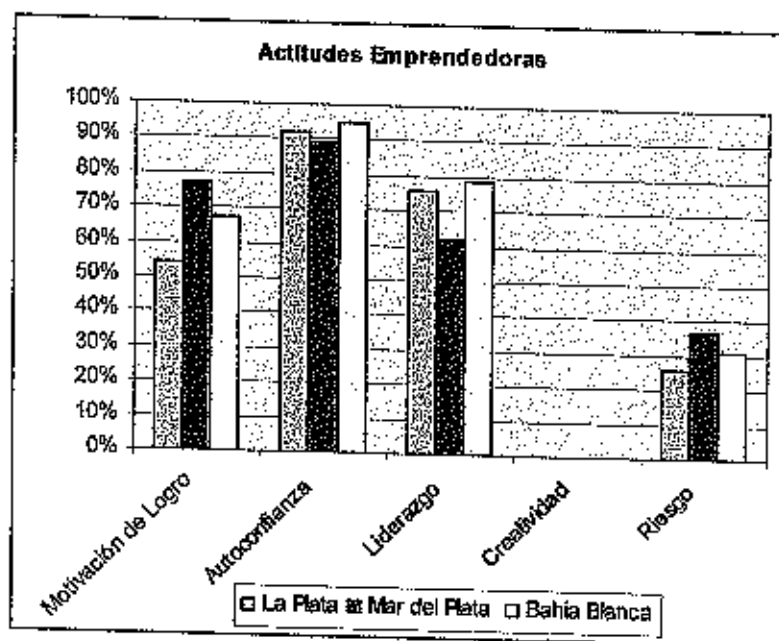
Cuadro Nº 36 -- Resultado: Actitudes Emprendedoras

Actitudes Emprendedoras			
	La Plata	Mar del Plata	Bahía Blanca
Motivación de Logro	54%	77%	87%
Autoconfianza	92%	89%	95%
Liderazgo	76%	62%	79%
Creatividad	0%	0%	0%
Riesgo	26%	37%	31%

Fuente: Elaboración Propia

En el Gráfico N° 2, se presenta la información en forma gráfica para una mejor comprensión.

Gráfico N° 2 – Resultado: Actitudes Emprendedoras



Fuente: Elaboración Propia

Es difícil ser terminante con los datos obtenidos, sin embargo se observa que Mar del Plata tiene una población que evidencia, mayor proporción de población en las Actitudes Emprendedoras de "Asunción de Riesgos" y "Motivación de Logro".

La población de Bahía Blanca, muestra mayor actitud de "Liderazgo" y es la segunda población en "Asunción de Riesgos" y "Motivación de Logro".

La población de La Plata, no muestra superioridad en ninguna de las actitudes emprendedoras siendo destacable su segundo lugar en la actitud de "Liderazgo".

Entre las poblaciones, no se vislumbran diferencias significativas respecto a las actitudes de "Autoconfianza" y "Creatividad".

Capítulo 4 – Conclusiones:

Este trabajo se objetiva a "Adoptar una posición crítica entre la postura sociológica y psicológica que dan origen a la actividad emprendedora", luego de realizado el trabajo y analizado los resultados, se encuentran los siguientes argumentos para sostener una postura y otra:

a) Según el marco teórico que sostiene la influencia del contexto, un mayor nivel de desempleo genera mayor cantidad de emprendedores. Esto se produce porque la persona, que está empleada tiene un "mayor costo de oportunidad" al decidir realizar su propio emprendimiento. Esta situación se presenta en las poblaciones de La Plata y Mar del Plata donde la población con mayor porcentaje de desempleo (Mar del Plata)/empleo (La Plata) es la de mayor porcentaje de empleadores (Mar del Plata) /empleados (La Plata) (Ver Cuadro N° 12 - Variable "Estado" y Cuadro N° 14 - Variable "Condición").

b) Respecto a la educación formal, la teoría del vínculo emprendedor - entorno define su influencia en la calidad de los emprendimientos y no en la cantidad; el trabajo de campo refuerza el concepto de que el nivel educativo no fomenta mayor cantidad de emprendimientos. Si analizamos la EPH, se observa que la población más educada es la de la ciudad de La Plata y sin embargo es la población con menor cantidad (medida en %) de emprendedores (Ver Cuadro N° 18 - Variable: Educación y Cuadro N° 14 - Variable: Condición).

c) La ciudad de Mar del Plata, a pesar, de tener el mayor número de emprendedores no traslada estos beneficios a la sociedad generando mayor empleo y crecimiento económico. Los estudios del GEM en la temática, evidencian que en la Argentina (los datos de Mar del Plata refuerzan este concepto), en muchos casos, el origen de los emprendimientos surgen por "necesidad" y no por "oportunidad" (se debe recordar que Mar del Plata es la ciudad con mayor número de desocupados). Al ser la "necesidad", la causa del surgimiento de los emprendimientos, no tiene consecuencias positivas en las variables empleo, innovación, crecimiento, etc. (Ver Cuadro N° 14 - Variable: Condición y Cuadro N° 22 - Variable Ingreso Total Familiar).

Al analizar los resultados de la medición de las actitudes emprendedoras (Ver Cuadro N° 36 y Gráfico N° 2), se observa que los resultados, no son tan significativas como para tener un juicio cierto sobre si se nace o se hace emprendedor. Es decir, no parecen existir diferencias tan "abrumadoras" como para sostener que los emprendedores nacen y son independientes del contexto en donde se desarrollan. Se puede afirmar, que "hasta este momento" las poblaciones tienen similares proporciones de potenciales emprendedoras. Esto se contradice con el resultado de la variable "Estado", de las poblaciones cuando están insertas en el mercado laboral, quedando, la pregunta latente de *¿Porqué en Mar del Plata hay más gente emprendedora? ¿Porqué en La Plata con el mismo potencial de emprendedores, terminan siendo empleados?*

Para finalizar el trabajo, me permito realizar algunas reflexiones, la primera se relaciona con los resultados de las *preferencias, percepción de donde se ganará más dinero y percepción de la formación que está recibiendo.*

Este trabajo, reconoce, la limitación de extrapolar los resultados de "gustos", "preferencias", "percepciones" y "actitudes emprendedoras" de estas poblaciones muestradas jóvenes a suponer que son similares a los que tuvieron la población adulta de hoy veinte años atrás (de donde son obtenidos los resultados de las variables "Estado", "Condición", etc.) pero, a la vez, considera que en líneas generales, los resultados son útiles para sostener la influencia del contexto en el proceso emprendedor.

En todas las poblaciones existe un alto nivel de *preferencia* por desarrollar una actividad independiente (La Plata 47%, Mar del Plata 60% y Bahía Blanca 74%) y al mismo tiempo una *percepción* de estar siendo formados para desarrollar este tipo de actividades (La Plata 43%, Mar del Plata 34% y Bahía Blanca 53%). También son evidentes los resultados de *expectativa de retribución monetaria* si desarrolla su propio emprendimiento. Sin embargo, los resultados de la variable "Estado" a nivel de EPH muestra que en la ciudad de Mar del Plata se alcanza un 10% de población que tiene su propios emprendimiento siendo muy limitado el porcentaje en las ciudades de La Plata o Bahía Blanca que tiene su actividad independiente. Entonces la inquietud que surge es *¿Porqué existiendo preferencias, percepción de formación y retribución monetaria en un sentido, no se reflejan de idéntico modo en la condición de "Estado" de esas poblaciones?*

La segunda reflexión, se relaciona con si los encuestados "Piensan en generar un Emprendimiento" (La Plata 74%, Mar del Plata 86% y Bahía Blanca 87%), y lo que

uno debe plantear es, *que causas o explicaciones* se encuentran o influyen entre las "ideas" y las "acciones". Otra vez, es evidente la dicotomía entre la declaración de los encuestados y la realidad. ?

Estas cuestiones inducen al análisis y presentan una oportunidad para los sectores que busquen fomentar la actividad emprendedora, asegurando potenciales interesados en realizarla. Es recomendable considerar la necesidad de un trabajo previo, para estudiar cuales son las acciones más concretas para fomentar la cantidad y calidad de los emprendimientos. Una presunción personal, es que las políticas públicas para fomentar la actividad consisten principalmente en brindar financiamiento (fomenta la cantidad) a los emprendedores quedando por lo tanto, un espacio abierto y de trabajo para hacer en la temática. ?

En palabras de R. Varela (2001) *"No alcanza con tener semilla, sino que hace falta un terreno abonado"*.

Bibliografía:

- *Completa* -

- Berger, G. y Poli, M. (2004). Manual para el fortalecimiento de Consejos Directivos de Organizaciones sin fines de lucro. Foro del Sector Social, Buenos Aires.
- De Zuani, Elio R. (2004) "El sistema Mipyme de Argentina. Factores que lo caracterizan". Editorial Maktub.
- Del Mar, F. y Davidsson, P. (2000). "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs". Entrepreneurship & Regional Development, 12, 1-23.
- Drucker, P (1993). Las cinco preguntas más importantes que usted debe formularse sobre organizaciones sin fines de lucro. El Ateneo, Buenos Aires.
- Drucker, P (2001). Dirección de instituciones sin fines de lucro. El Ateneo, Buenos Aires.
- Entidades sin fines de lucro. Introducción y herramientas básicas para la gestión. (1999) EUDEBA, Buenos Aires.
- Fassio A., Mendonca A. y Cavanagh P. (2004) El saber administrativo en las Organizaciones de la Sociedad Civil. Instituto de Investigaciones Administrativas. Fac. de Ciencias Económicas, UBA.
- Font, G y Mario, O. (1999) Modelo para un gestión de excelencia en organizaciones sin fines de lucro. Fundación Premio nacional a la Calidad, Buenos Aires.
- Fundación Grupo Sophia (1999) Organizaciones de la Sociedad Civil. Desafíos de gestión de desarrollo de capital social. Buenos Aires.
- Ganero de Rearte, A. (Compilador) (2004). "El proceso de creación de empresas. Factores determinantes y diferencias espaciales". Ediciones Suárez
- Kantis, H., P. Angelelli y F. Gatto. "Nuevos emprendimientos y emprendedores: ¿de qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino.
- Kliksberg Bernardo (2002). Hacia una economía con rostro humano. Grafnor, Buenos Aires
- Liseras, N y A. Gennero. "Como inciden las características de la facultad sobre la probabilidad de que un alumno universitario posea vocación emprendedora".
- Liseras, N., A. Gennero de Rearte y F. Graña (2003). "Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios". VIII Reunión Anual Red PyMEs Mercosur.
- McCarthy, A., P.J., Morris y J. Winn (1997). "A new look at undergraduate entrepreneurship education". <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1997/p171McCarthy.PDF>.

- Ministerios de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Secretaría de Empleo, Dirección General de Estudios y Formulación de Políticas de Empleo. "Estudio de la dinámica de creación y mortandad de empresas".
- Postigo, S. et al. (2002). "El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En que se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina".
- Postigo, S. y M.F., Tamborin (2002). "Entrepreneurship Education in Argentina: The case of San Andrés University". Internationalizing Entrepreneurship Education and training Conference – IntEnt 2002.
- Schiersmann, S., F. Graña y N. Liseras (2002). "Vocación emprendedora en alumnos universitarios: el caso de la Facultad de Cs. Económicas de la UNMdP y FASTA". 7ª Reunión Anual Red PyMEs Mercosur.
- Vesper K. y W. Gartner. "Measuring progress in entrepreneurship education". Journal of Business Venturing 12, 403-421.