

Factores que impulsan el emprendimiento de un estudiante en la ciudad de Concepción, Chile

Factors driving entrepreneurship of a student in the city of Concepción, Chile

Bastián Cabrera Nova*§

Universidad Católica de la Santísima Concepción
bcabrera@icomercial.ucsc.cl

Karina Fernández Román§

Universidad Católica de la Santísima Concepción
kfernandez@icomercial.ucsc.cl

Fabián Jeldres Monsalve§

Universidad Católica de la Santísima Concepción
fjeldres@icomercial.ucsc.cl

Jonathan Saravia Lea§

Universidad Católica de la Santísima Concepción
jsaravia@icomercial.ucsc.cl

* Autor corresponsal

§ Programa de Ingeniería Comercial,
Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas, Universidad Católica
de la Santísima Concepción, Chile.

RESUMEN

El siguiente estudio tiene como objetivo descubrir los factores que apoyan e impulsan el emprendimiento de estudiantes, específicamente en la ciudad de Concepción, para ello se plantea una investigación exploratoria mediante entrevistas en profundidad no estructuradas, las que son realizadas a tres sujetos, quienes están ligados al emprendimiento y el ambiente universitario, contrastando los tres puntos de vista a través de su experiencia con el emprendimiento. Las conclusiones indican que las características necesarias para impulsar el emprendimiento de personas que se encuentren estudiando se dividen en tres áreas, denominadas como recursos, redes y perfil emprendedor, este último es el que denotando una mayor importancia a lo largo del estudio, ya que se vuelve fundamental para realizar el emprendimiento y uno de los más difícil de formar en un corto tiempo.

ABSTRACT

This study's objective is to discover the key factors that support and encourage entrepreneurial drive in students in the city of Concepcion. Non-directive interview was used to conduct an exploratory study by contrasting the viewpoints of entrepreneurship in three subjects.

The conclusions indicate that the main factors that push entrepreneurship can be divided into three categories: resources, networks and entrepreneurial drive, the latter being both the most important and the most difficult to cultivate.

INFORMACIÓN ARTÍCULO

Recibido: 23 de Diciembre 2015
Aceptado: 18 de Mayo 2016

Palabras Claves:

estudiante
emprendedor
motivación emprendedora
Concepción

ARTICLE INFO

Received: 23 December 2015
Accepted: 18 May 2016

Keywords:

student
entrepreneur
entrepreneurial motivation
Concepcion

INTRODUCCIÓN

En un análisis crítico sobre el interés propio y el emprendimiento realizado por Rodríguez (2013), señala que la crisis es un factor que sirve para crear una cultura emprendedora; sin embargo, Parra (2014) profundiza un poco más en este tema, y señala algunos motivos que pueden ser claves para impulsar el emprendimiento en tiempos de crisis económica, tales como el emprendimiento por necesidad u oportunidad (este último no se limita únicamente a periodos de crisis), aunque este razonamiento no se puede generalizar para todos los tipos de emprendedores, ni tampoco cerrarse a que el emprendimiento se crea únicamente en épocas de crisis, pues a veces los motivos para emprender pueden ser aún más simples y estar a la vista, como señalan Arias y Pérez (2015), que “una de las causas principales por las cuales las personas han decidido poner en práctica el emprendimiento son los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos” (P.179).

Es por lo anterior entonces, que se busca resolver la interrogante de cuál o cuáles son los principales motivos para emprender, pero enfocado a aquellas personas que cumplan el rol de estudiante, es decir, que durante sus estudios hayan emprendido por diversos motivos, los que se pretenden analizar a través de la investigación. Por lo tanto, la problemática de la investigación surge tras la necesidad de conocer los factores que impulsan a un estudiante a realizar una actividad de emprendimiento, pues podrían incorporarse otros factores como señala Amorós (2008), quien expone a la educación como un factor crítico en el desarrollo del emprendimiento.

La definición de emprendimiento planteada en los primeros reportes del GEM (Global Entrepreneurship Monitor), en el contexto de la comprensión del rol del emprendimiento en el crecimiento económico, es la siguiente: “Cualquier intento de nuevo negocio o creación de empresas, tales como trabajo por la cuenta propia, una nueva organización de la empresa, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas o un negocio establecido” (Reynolds y cols., 1999, p. 3)

Según Amorós en el Informe del Global Entrepreneurship Monitor (2014) (GEM en adelante), algunas características propias de los emprendedores es el deseo de querer iniciar un negocio, viendo una oportunidad rentable. Igualmente, en este reporte se

destacan los conocimientos y habilidades individuales que posee el emprendedor, con los que puede formar una ventaja en el área en la que se busque emprender, a esto se suma la cercanía con contactos que estén emprendiendo, que pueden servir de guía para emprendimientos propios; un punto importante a tener en consideración es el miedo al fracaso o la dificultad añadida para los re-emprendedores, por consiguiente, es bueno tener en consideración algún apoyo externo, como señalan Montoya y Bueno (2014) “Si eres joven y quieres emprender empieza por conseguir aliados que aporten experiencia y dinero” (p.11).

Lillo y Lajara (1999), señalan que el emprendedor ha sido estudiado a partir de tres distintas áreas, dependiendo del perfil que se analice, encontrando entre ellos, el perfil psicológico, perfil demográfico, y el perfil sociológico. Dejando en evidencia que el emprendedor ha sido estudiado y analizado por una variedad de ciencias sociales y con enfoques diferentes.

Muchos investigadores se han empeñado en definir un perfil emprendedor que los diferencie de la persona promedio. Autores como McClelland (1961), señala que el emprendedor tiene características muy marcadas, como la actitud innovadora y original, una actitud positiva frente a las responsabilidades, una moderada aversión al riesgo, y el uso de planificaciones pensando en el largo plazo. A su vez Amorós en el GEM (2014) señala que los factores determinantes son: contexto sociocultural y político, educación para el emprendimiento, acceso a fuentes de financiamiento, dinamismo del mercado, apoyo del gobierno, infraestructura profesional y comercial, acceso a infraestructura y las oportunidades.

Según Mancilla y Amorós (2012), el miedo al fracaso disminuye la probabilidad de emprendimiento, en cuanto a los modelos de roles (contacto directo con nuevos emprendedores) las probabilidades aumentan y favorecen la creación de una nueva empresa. También el hecho de ser hombre propicia una mayor probabilidad de emprendimiento. Con relación a la edad se puede observar la forma de una U invertida, es decir, cuantos más años tiene un individuo, su probabilidad de emprender aumenta; pero en una determinada edad la relación entre edad y actividad emprendedora se invierte, puesto que a mayor edad, la probabilidad de ser emprendedor decrece. Por el lado de la formación se afirma que mientras menor formación académica tenga el individuo, mayores probabilidades de emprendimiento existen y por último, la confianza en las habilidades empresariales,

impacta en forma positiva al decidir emprender.

Aliaga y Schalk (2010), proponen algunas características con respecto al contexto de la formación superior y la empleabilidad, como lo es fomentar las disposiciones emocionales, técnicas y de relación, esto para determinar el rol del estudiante, sumado a la posibilidad de crear autofinanciamiento, fomentar instancias de emprendimiento constantes, y crear una cultura del emprendimiento en los jóvenes estudiantes con una estrategia (la cual toma un largo tiempo). Por último, la puesta en marcha será exitosa en la medida que se explicitan ambas temáticas, tanto la del emprendimiento como la de la empleabilidad temprana dentro de las políticas y planes de desarrollo de las universidades; para esto se deben comprometer recursos para su desarrollo y trabajar de manera colaborativa, coordinada y eficiente, como elemento importante del quehacer institucional y la búsqueda de oportunidades de negocio.

MARCO METODOLÓGICO

El presente estudio busca determinar los factores que impulsan el emprendimiento de un estudiante, específicamente se focaliza en la ciudad de Concepción. Con miras en este objetivo se desarrollará una investigación cualitativa. En ella se aplicará un enfoque directo, centrándose en entrevistas en profundidad, debido a que este tipo de investigación es personal y permite al entrevistado una mayor posibilidad de expresión (Malhotra, 2008), lo que resulta más eficiente a la hora de obtener información de primera fuente. Tras finalizar las entrevistas a los sujetos de estudio se transcribirán textualmente estas entrevistas y se dividirán en oraciones para la codificación de estas y la agrupación de dichos códigos. Además de este análisis de frecuencia de los conceptos, se analiza la experiencia de estos tres sujetos, buscando una relación en las historias relatadas, y la forma en la que estos se expresaban al momento de hablar de ellas, notando la importancia de estas características comunes para los tres entrevistados, agrupando las ideas relacionadas en categorías definidas sobre la base del estudio del marco teórico.

Sujetos de estudio

Para el desarrollo de las entrevistas en profundidad se consideraron 3 sujetos de estudio, descritos a conti-

nuación:

Sujeto 1, estudiante universitario que inicia un emprendimiento, el cual ya está en su fase de desarrollo.

Sujeto 2, profesor de cursos ligados al emprendimiento, con un amplio conocimiento de la teoría emprendedora y una serie de estudios realizados en torno a este tema.

Sujeto 3, profesor de cursos ligados al emprendimiento, que brinda ayuda y asesoramiento a emprendedores, buscando que estos desarrollen sus proyectos. Este sujeto se inició a temprana edad en el emprendimiento, con un proyecto propio mientras desarrollaba sus estudios.

La entrevista

Las entrevistas se realizaron en el transcurso de una semana, en un espacio cerrado y por separado, en el que sólo se encuentran los entrevistadores y el entrevistado, con una duración de aproximadamente una hora por entrevistado. Los entrevistados fueron seleccionados a partir de las siguientes características: ser o haber sido estudiante universitario y haber estado realizando un emprendimiento al mismo tiempo y un entrevistado ligado al tema de emprendimiento.

La entrevista desarrollada a los tres sujetos, si bien no fue estructurada, comienza explicando a los sujetos de estudio las intenciones de la entrevista, posteriormente se les pidió que hablaran de su experiencia con el emprendimiento a lo largo de su vida profesional. A partir de esta conversación que se generó con los entrevistados, se fue modelando la entrevista. A pesar de no ser la misma entrevista para los tres individuos, estas siguieron un patrón común, buscando observar sus opiniones respecto al emprendimiento mientras se estudia y cómo es su apreciación del ambiente emprendedor en la ciudad de Concepción.

ANÁLISIS

A continuación se muestran algunas frases mencionadas por los entrevistados y la forma en la que se realizó la clasificación:

“Entonces ahí surgió la idea de postular, ya que teníamos conocimientos de cosas de la facultad; era lo que yo estudiaba...” (sujeto 1) se observa en la frase que una característica relevante que impulsó el

emprendimiento ha sido el conocimiento, por lo cual, se le asigna un código llamado “conocimiento”, este código además es asignado a todas las frases que denoten que esta característica es relevante en el emprendimiento, posteriormente esta característica, junto a otras de carácter relevante en el estudio, con la similitud de reflejar la necesidad de un tipo de recurso necesario para el emprendimiento, pasan a formar parte de un grupo denominado “recursos”, que agrupa las características propias de los recursos usados en el emprendimiento. En la frase “necesitaba profesionales que me firmaran los planos; formar esas redes...” (sujeto 3), se observa una característica necesaria para el emprendimiento, que ha sido el contar con socios claves, es por ello, que se le otorga a esta frase el código de “socios claves”, este código además es asignado a todas las frases que denoten que esta característica es relevante en el emprendimiento. Posteriormente esta característica, junto a otras de carácter relevante en el estudio, con la similitud de reflejar la necesidad de establecer redes de contacto, forma parte del grupo denominado redes. Por último, frases como “una de las cosas es que soy súper persistente, como que no me rindo; soy luchadora...” (sujeto 1), “me acuerdo el primer proyecto que hice grande; fue de diez millones de pesos y en esa época era mucha plata y yo no tenía ni un peso ni pa’ la micro, esa fue mi primera experiencia de emprendimiento con 40 personas a cargo, gente mayor de 50 años, 25 años imagínate yo tenía 18–19 años instalando un aserradero” (sujeto 3), a estas frases se les asignó un código llamado “perseverancia”, ya que ambos demuestran que a pesar de la adversidad,

ellos siguieron esforzándose por realizar su proyecto, este código junto a otros que ven el perfil de la persona que lideraba el emprendimiento se categorizaron con el nombre de “perfil del innovador”.

RESULTADOS

A partir del análisis de las frases expuestas por los entrevistados, se obtuvieron los resultados expuestos en la tabla 1, donde se aprecian las tres características fundamentales para desarrollar un emprendimientos mientras se estudia en la ciudad de Concepción.

CONCLUSIONES

En este artículo se ha buscado conocer cuáles son los factores que impulsan el emprendimiento de un estudiante en la ciudad de Concepción, sin duda, las entrevistas desarrolladas a estas personas inmersas en el ecosistema emprendedor y en un ambiente universitario, nos acercan y permiten entender mejor a los emprendedores. El emprendimiento presenta una doble cara en la que se pueden obtener grandes beneficios, para lo cual hay que sacrificar mucho, y esto se vuelve aún más difícil al ser el emprendedor un estudiante, ya que su tiempo se ve considerablemente reducido por estas dos actividades que demandan

Tabla 1. Resultado del análisis.

Recursos	Redes	Perfil emprendedor
· Financiamiento	· Trabajo en equipo	· Responsabilidad
· Recursos tangibles	· Alianzas estratégicas	· Iniciativa
· Conocimientos	· Convenios	· Perseverancia
· Habilidades	· Apoyo familiar	· Liderazgo
· Aptitudes		· Templanza
· Actitudes		· Lealtad
		· Esfuerzo
		· Experiencia
		· Aprendizaje
		· Autoconfianza
		· Independencia
		· Realización
		· Pasión
		· Sueños
		· Gestión del tiempo

Fuente: elaboración propia.

una gran cantidad de tiempo; es por esto que el que emprende siendo un estudiante necesitará poseer fortaleza en tres aspectos fundamentales: recursos, redes y su propio perfil de emprendedor. Al desglosar estos aspectos se encuentran: los recursos, todos los bienes tangibles e intangibles necesarios para formular un emprendimiento; las redes, que son los contactos que se crean desde el momento que se inicia el emprendimiento. Se destaca como importante en las entrevistas que un grupo de trabajo se vuelve fundamental para un emprendimiento exitoso y duradero, mientras que el propio perfil emprendedor va referido en las habilidades y cualidades que posee la persona que emprende, la capacidad de perseverar y luchar por sus ideas.

En el análisis se denota que el nivel de estudio no es un factor que presente una relevancia absoluta al momento de emprender, a diferencia de lo planteado por Amorós (2008), quien considera la educación como un factor fundamental en el desarrollo del emprendimiento, en cambio, en este estudio se expone que este factor tendrá relevancia únicamente si el perfil emprendedor está presente en el individuo, es decir, que el individuo tenga la capacidad de perseverar y formar auto aprendizaje, siendo éste capaz de aplicar lo aprendido, teniendo fe y confianza en su proyecto, siendo capaz de sacrificar mucho, con el fin de lograr emprender mientras se estudia. Datos entregados por GEM (2014), aportan valor a este punto, ya que se menciona en este estudio a los conocimientos y habilidades individuales que posee el emprendedor, como factores claves de éxito, además McClelland (1961) expone que una persona emprendedora tiene características muy marcadas, destacando así la actitud innovadora y original, además de una actitud positiva frente a las responsabilidades, características que fueron mencionadas en las entrevistas, pero no formaron un patrón común entre estas tres entrevistas. Otros autores como Aliaga y Schalk (2010) y Montoya (2014), denotan que un factor importante para que el emprendimiento en una edad temprana se desarrolle con éxito, son los recursos con los que cuenta el emprendedor, ya sean estos temas financieros, habilidades o conocimientos, tal como muestra el resultado de este estudio.

Es por lo anteriormente descrito que, para lograr un emprendimiento exitoso mientras se estudia, es necesario que el emprendedor tenga cualidades emprendedoras, que pueda ser perseverante, esforzado, entusiasta, y sobre todo organizado, debido a la es-

casez de tiempo que debe afrontar. Además, el emprendedor debe adquirir los recursos necesarios para poder llevar a cabo un proyecto, formando redes, sobre la base de su proactividad, y así ver disminuida de cierta manera la carga de emprender, en la medida que ya tenga ciertos recursos o redes formadas.

Limitaciones, implicaciones y recomendaciones

El presente estudio tiene como limitación el área geográfica de estudio, que se sitúa exclusivamente a la ciudad de Concepción, Chile, y estos datos no pueden ser aplicados a otras ciudades, ya que se realiza una investigación cualitativa. Para realizar un estudio cuantitativo de la situación experimentada por los estudiantes que presentan ansias de emprender, y evidenciar la correlación de las variables encontradas en este estudio, además de su validación estadística, otra línea investigativa posible es el desarrollo de otros estudios exploratorios aplicados a otras áreas geográficas. Cabe destacar que otra limitación de aplicabilidad que está presente en el estudio, es que es aplicable únicamente a personas que emprenden mientras se encuentran estudiando.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a los profesores Manuel Alonso Dos Santos y Jorge Espinoza, ambos de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, por su apoyo y orientación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aliaga, C., y Schalk, A. (2010). Empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile. *Calidad en la Educación*, 33(1), 319-337.
- Amorós, J. y Abarca, A. (2014). Reporte Nacional de Chile 2014. *Global Entrepreneurship Monitor 2014*, 24-42.
- Amorós, J. y Echeopar, G. (2008). *Emprender en Chile: ¿Estamos en el camino correcto?* En P. Cortez (ed.), *Emprendimiento e Innovación en Chile: Una Tarea Pendiente* (pp. 81-128). Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo.
- Arias, M., y Perez, R. (2015). *Emprendimiento: cómo*

- comenzar una empresa con éxito. FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 14(1), 175-183.
- Fuentes, F., y Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. Estudios de economía aplicada, 28(3), 696.
- Mancilla, C., y Amorós, J. E. (2012). La influencia de factores socio-culturales en el emprendimiento, evidencia en Chile 2007-2010. Multidisciplinary Business Review, 5(1), 15-25.
- Parra, M. (2014). Las nuevas reformas del gobierno al sector financiero. Observatorio Económico. 50(1), 80.
- McClelland, D. C. (1961). The achieving society. New Jersey, USA: Van Norstrand Co. Princeton.
- Montoya, J. y Bueno, L. (2014). Emprender es cosa de jóvenes. Bit, 197(1), 6.
- Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. México: Pearson educación.
- Rodríguez, V. G. (2013). Apología del emprendedor: Análisis crítico del discurso sobre el interés propio. OXÍMORA Revista Internacional de Ética y Política, (3), 56-74.
- Reynolds, P., Hay, M., y Camp, M. (1999). Global Entrepreneurship Monitor. 1999 Executive Report, London Business School, Babson College. Kauffman Center for Entrepreneurship Leadership Development, 3.