

UNGS – IDEI

Publicaciones IDEI

Documentos de trabajo



## **El Capital Humano Emprendedor y la intención emprendedora**

Néstor B. Braidot, Alejandro Pablo Cardozo, Rubén César

### **Resumen**

La capacidad de un país para mejorar su nivel de vida a lo largo del tiempo depende casi por entero de su capacidad para aumentar su productividad asumida ésta como la producción por trabajador (Krugman, 1997); en tanto, el capital humano es considerado como aquel factor de producción que abarca la acumulación de conocimiento y habilidades determinantes para la productividad finalmente obtenida. La literatura dedicada al desarrollo emprendedor sostiene que una fuerza motriz relevante del proceso de crecimiento económico radica en la creación de nuevos emprendimientos, fenómeno a su vez determinado por el capital humano emprendedor, definido de manera preliminar por una variedad de competencias que incluyen la habilidad de materializar ideas, encontrar soluciones, lidiar con situaciones de incertidumbre y trabajar bajo riesgo. El presente documento examina y profundiza sobre el debate acerca de las diferentes perspectivas y aportes que se han realizado alrededor del capital humano emprendedor, su relación con la intención emprendedora, y con el evento emprendedor resultante.

**Palabras clave:** Capital Humano, Capital Humano Emprendedor, Intención Emprendedora

### **Introducción**

La complejidad y ambigüedad de términos tales como emprendedor, emprendimiento y proceso emprendedor derivan en una falta de consenso unificador en la literatura acerca de sus definiciones; sin embargo, existe un hilo conductor en los trabajos consistente en

la búsqueda de explicación de por qué, cómo, cuándo o dónde descubren y aprovechan las personas emprendedoras las oportunidades que promueven el proceso de desarrollo empresarial.

Desde una perspectiva histórica el término emprendedor (*entrepreneur*) ha tenido cambios sustanciales. En el siglo XII era sinónimo de “buscapleitos” y de alguien que emprendió y dirigió una acción militar en el siglo XVII (Julien, 1998). En tanto el concepto de desarrollo empresarial (*entrepreneurship*) también fue sufriendo cambios. Stevenson (1999) por ejemplo realiza un relevamiento de las principales definiciones y las divide según las corrientes de pensamiento que las originaron, separando aquellas que ven a la disciplina como una función económica de aquellas otras que hacen hincapié en el emprendedor y sus características personales. El enfoque funcional se centra en el rol del desarrollo emprendedor en la economía y lo ejemplifica en las figuras de Cantillon, Say y Schumpeter. Cantillon argumentaba que el emprendimiento implica aceptar el riesgo de comprar a precios ciertos y vender a precios inciertos; luego Say<sup>1</sup> amplía la definición al incluir el concepto de integrar juntos todos los factores de la producción. Finalmente, los trabajos de Schumpeter adicionan el concepto de innovación a la definición (desarrollando los conceptos de innovación de mercados, de productos, factores de innovación e innovación organizacional). A criterio de Stevenson fue este último trabajo el que enfatizó el rol del emprendedor en la creación de riqueza y dio respuesta a las discontinuidades económicas.

La universidad viene jugando un rol relevante en el fomento del emprendimiento incluyéndolo en muchos casos en su misión organizacional. En la práctica dicho rol se despliega en la acción educativa. Las personas que han recibido una educación en emprendimiento (EE) o han participado en una experiencia de inmersión en este campo durante su educación universitaria presentan ratios superiores en el comportamiento emprendedor y en la creación de empresas que quienes no lo han hecho (European Commission, 2012). También la EE acelera la creación de nuevas empresas, desarrolla las competencias necesarias, mejora la identificación de oportunidades, la factibilidad percibida y la actividad de inicio de negocios (Nabi et al. 2017). La hipótesis que puede

---

<sup>1</sup>Es interesante el perfil que Galbraith comenta sobre Say “Sus antecedentes como hombre de negocios llevaron a Say a resaltar el bien definido e incluso decisivo papel del empresario; el individuo que concibe la empresa o se hace cargo de ella, descubre y explota la oportunidad, y encarna la fuerza motriz de las transformaciones y mejoras de la economía. Al exponer estas ideas anticipó, entre otras, la de Joseph Schumpeter”. Galbraith J.K. (1987). Historia de la Economía, 5º edición, Madrid, pág. 89.

plantearse aquí es que esta experiencia formadora universitaria aumentará el capital humano emprendedor (CHE) y por ende la intención emprendedora, determinante a su vez en la creación de una nueva organización y que ha sido estudiada desde tres aspectos principales: (Martínez de Luco y Campos Granados, 2014).

- Variables cognitivas, a través de la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1991). Esta teoría explica la intención en función de 3 factores motivacionales: la actitud hacia la conducta en cuestión, las normas subjetivas y el control percibido.
  - la actitud personal hacia una determinada conducta se refiere al grado en que los individuos hacen una valoración personal positiva o negativa hacia la misma. Ello incluye consideraciones afectivas y evaluativas, de manera que una actitud más favorable contribuirá a que la intención de crear la empresa sea mayor.
  - las normas subjetivas miden la presión social percibida para llevar a cabo o no la conducta. Aplicado al emprendimiento, estas normas se refieren a la percepción del grado de la aprobación de la decisión de emprender de las personas de referencia del sujeto analizado.
  - el control percibido sobre el comportamiento se refiere a la percepción sobre la facilidad o dificultad para llevar a cabo la conducta que nos ocupa.
- Valores, entendidos como representaciones cognitivas de fines motivacionales, de necesidades humanas de los individuos como organismos biológicos, de coordinación de la interacción social y de supervivencia y bienestar del grupo. Por todo ello, los valores pueden guiarnos a la hora de decidir emprender y pueden constituir un antecedente de la intención emprendedora.
- Factores socioeconómicos. Los modelos que estudian la intención emprendedora consideran que los factores socioeconómicos afectan de forma indirecta en la intención de emprender a través de su influencia en los antecedentes de la intención emprendedora. las actitudes hacia el emprendimiento dependen de factores exógenos como los sociodemográficos, culturales, o el apoyo social y financiero.

Tomando en consideración lo expuesto, el documento examina y debate acerca de las diferentes perspectivas y aportes que se han realizado a fin definir el concepto de CHE y

su relación con la intención emprendedora entendida como la percepción que tiene el individuo de su habilidad para llevar a cabo una conducta orientada a la creación de un nuevo emprendimiento. Asume además que todo evento emprendedor deriva finalmente de ésta última; es decir, que las características habituales que se identifican en las personas emprendedoras y que forman parte de su CHE son aspectos necesarios, pero no suficientes para explicar el evento, surgiendo allí como clave la conjunción de actitud personal, la presión del entorno y la percepción del grado de dificultad para encararlo.

## **2.Sobre la teoría del capital humano**

El desarrollo de la teoría del capital humano (CH), en tanto factor productivo junto a la tierra, el capital físico y el trabajo, se remontan a inicios de la década del sesenta en el siglo pasado. En el marco de la discusión sobre los elementos que favorecen el crecimiento económico de los países, un grupo de teóricos propone la incorporación del CH como uno de los factores que permite explicar la diferencia en las tasas de crecimiento de los países más allá de lo que pueden explicar las dotaciones de tierra, capital físico y trabajo.

En términos generales, desde la perspectiva económica, se entiende por CH a los conocimientos y las características que los trabajadores poseen y que contribuyen a su productividad.

En ese sentido uno de los primeros aportes lo realiza Theodore Schultz cuando afirma que el crecimiento de los países se explica a partir de la dotación de capital físico, el trabajo y el CH, entendido como las inversiones que realizan los individuos y las familias en educación y formación que impactan en el aumento de la productividad (Schultz, 1959). Este autor interviene en la discusión sobre los modelos explicativos del crecimiento de las economías reconociendo un gran límite en sus propuestas.

Según él mismo lo expresa: *“Capital is two-faced, and what these two faces tell us about economic growth, which is a dynamic process, are, as a rule, inconsistent stories. It must be so because the cost story is a tale about sunk investments, and the other story pertains to the discounted value of the stream of services that such capital renders, which changes with the shifting sands of growth. But worse still is the capital homogeneity assumption underlying capital theory and the aggregation of capital in growth models. As Hicks has taught us, the capital homogeneity assumption is the disaster of capital theory This*

*assumption is demonstrably inappropriate in analyzing the dynamics of economic growth that is afloat on capital inequalities because of the differences in the rates of return, whether the capital aggregation is in terms of factor costs or in terms of the discounted value of the lifetime services of its many parts. Nor would a catalogue of all existing growth models prove that these inequalities are equals. But why try to square the circle? If we were unable to observe these inequalities, we would have to invent them because they are the mainspring of economic growth. They are the mainspring because they are the compelling economic force of growth. Thus, one of the -essential parts of economic growth is concealed by such capital aggregation” (Schultz, 1972).<sup>2</sup>*

De acuerdo con este autor, el factor trabajo no es homogéneo y la diferencia reside en las características propias de los individuos y las inversiones que hacen en educación y formación. La diferencia entre lo invertido en esa formación y lo obtenido a partir de ella (en tanto retribución a su trabajo) representa la mejora en ese CH (Schultz, 1972). En este sentido, no puede considerarse a la educación como consumo salvo en los casos que se realice para mejorar las condiciones del ocio, sino que debe considerarse una inversión en tanto permite mejoras en el estatus social y económico. Criticando la perspectiva de otros economistas como David Ricardo o Malthus, Schultz (1959 y 1972) propone que debe observarse a la población como un recurso escaso y que, por lo tanto, tiene un valor económico.

Las inversiones que los individuos realizan de manera voluntaria en educación, en servicios sanitarios y en formación en el trabajo deben ser consideradas en el análisis económico como factores explicativos del crecimiento de una determinada economía a partir de su aporte en el aumento de la productividad de las personas. Este aporte se explica a partir de dos factores: el primero, el CH es acumulativo, es decir, la

---

<sup>2</sup>“El capital tiene dos caras, y lo que estas dos caras nos dicen sobre el crecimiento económico, que es un proceso dinámico, son, por regla general, historias inconsistentes. Debe ser así porque la historia de los costos es una historia sobre inversiones hundidas, y la otra historia se refiere al valor descontado del flujo de servicios que presta ese capital, que cambia con las arenas movedizas del crecimiento. Pero peor aún es el supuesto de homogeneidad del capital que subyace en la teoría del capital y la agregación del capital en los modelos de crecimiento. Como nos ha enseñado Hicks, el supuesto de la homogeneidad del capital es el desastre de la teoría del capital. Se puede demostrar que este supuesto es inapropiado para analizar la dinámica del crecimiento económico que flota sobre las desigualdades del capital debido a las diferencias en las tasas de rendimiento, ya sea que la agregación del capital esté en términos de costos de factores o en términos del valor descontado de los servicios de por vida de sus muchas partes. Tampoco un catálogo de todos los modelos de crecimiento existentes probaría que estas desigualdades son iguales. Pero, ¿por qué tratar de cuadrar el círculo? Si no fuéramos capaces de observar estas desigualdades, tendríamos que inventarlas porque son el motor principal del crecimiento económico. Son el resorte principal porque son la fuerza económica apremiante del crecimiento. Por lo tanto, una de las partes esenciales del crecimiento económico está oculta por tal agregación de capital”.

incorporación de este capital, mejora las condiciones para incorporar más capital humano. El segundo de los factores es que el CH genera economías externas positivas, es decir, en entornos con altos niveles de CH este se traduce en mejoras en la productividad más altas que en aquellos entornos con menores niveles de este factor productivo.

Señala también el autor las dificultades de medir este tipo de capital cuando afirma *“While there are no markets in which human capital can be bought and sold, these forms of capital are nevertheless valuable to the person who possesses them because of the economic services they render. Most of the producer services of human capital carry price tags in terms of wages and salaries. For self-employed workers, it is the part of their income that is attributed to the work they do. The economic value of the services of the human capital that enters into entrepreneurial abilities is harder to come by. But harder still is the task of determining the value of the consumer satisfactions that are derived from the stock of human capital that a person possesses”* (Schultz, 1972).<sup>3</sup>

Según Becker (1994) el sector educativo es el principal productor de CH dado que allí se producen y distribuyen los conocimientos que permiten las más importantes mejoras en el desempeño productivo. Como el propio autor sostiene: *“Education and training are the most important investments in human capital. (...) high school and college education in the United States greatly raise a person's income, even after netting out direct and indirect costs of schooling, and after adjusting for the better family backgrounds and greater abilities of more educated people. Similar evidence is now available for many points in time from over one hundred countries with different cultures and economic systems. The earnings of more educated people are almost always well above average, although the gains are generally larger in less-developed countries. Consider the differences in average earnings between college and high school graduates in the United States during the past fifty years. After being reasonably stable at between 40 and 50 percent until the early 1960s, they rose during that decade and then fell rather sharply. This fall during the 1970s led some economists and the media to worry about*

---

<sup>3</sup>“Si bien no existen mercados en los que se pueda comprar y vender capital humano, estas formas de capital son valiosas para la persona que las posee debido a los servicios económicos que prestan. La mayoría de los servicios de producción de capital humano tienen etiquetas de precio en términos de sueldos y salarios. Para los trabajadores por cuenta propia, es la parte de sus ingresos que se atribuye al trabajo que realizan. El valor económico de los servicios del capital humano que entra en las capacidades empresariales es más difícil de conseguir. Pero más difícil aún es la tarea de determinar el valor de las satisfacciones del consumidor que se derivan del stock de capital humano que posee una persona”.

'*overeducated Americans*'.” (Becker, 1994).<sup>4</sup> Por lo tanto, afirma que la inversión en el desarrollo de los sistemas educativos redundará en retornos de ese capital invertido a partir del aumento del CH.

En el marco de análisis característico de la escuela neoclásica, Becker diferencia entre el impacto de la formación general y la formación específica. Según este autor, la primera resulta igualmente útil a todas las empresas mientras que la segunda los gastos se realizan sobre una persona y tiene un impacto sobre la persona (o empresa) que decidió hacer esa inversión. Entiende que racionalmente las personas solo elegirían hacer este tipo de inversiones a partir de un análisis de las tasas de riesgo asociadas y la evaluación del costo de oportunidad frente a otras alternativas de inversión (Becker, 1975).

Finalmente, el tercer autor considerado un pilar en la construcción del concepto CH es Jacob Mincer. Este autor se concentró en los aportes que hace a dicho capital la capacitación y la experiencia en el trabajo; destaca, además, que estos aportes son más sencillos de medir que los aportes realizados por la educación formal (Mincer, 1974). Este autor realizó una serie de modelos matemáticos que, según su concepción, permiten medir los retornos de la educación y la formación en el trabajo.

Si bien este concepto se ha continuado trabajando, incluso con perspectivas críticas como por ejemplo desde la sociología de la educación, a los fines de este proyecto, los aportes hasta aquí presentados permiten tomar una definición de CH que encuentra un aval entre la comunidad académica actualmente.

Reforzando entonces lo antes dicho, se entiende al CH como la acumulación de conocimientos y habilidades que permiten a una persona mejorar su perfil productivo y asumir tareas más complejas en el mundo del trabajo recibiendo una remuneración o

---

<sup>4</sup>“La educación y la formación son las inversiones más importantes en capital humano. (...) la educación secundaria y universitaria en los Estados Unidos aumenta considerablemente los ingresos de una persona, incluso después de descontar los costos directos e indirectos de la educación, y después de ajustar los mejores antecedentes familiares y las mayores habilidades de las personas más educadas. Evidencia similar ahora está disponible para muchos puntos en el tiempo de más de cien países con diferentes culturas y sistemas económicos. Los ingresos de las personas más educadas casi siempre están muy por encima del promedio, aunque las ganancias son generalmente mayores en los países menos desarrollados. Considere las diferencias en los ingresos promedio entre los graduados universitarios y secundarios en los Estados Unidos durante los últimos cincuenta años. Después de permanecer razonablemente estables entre el 40 y el 50 por ciento hasta principios de la década de 1960, aumentaron durante esa década y luego cayeron considerablemente. Este otoño durante la década de 1970 llevó a algunos economistas y a los medios a preocuparse por los "estadounidenses sobre educados".

retorno a la inversión realizada en capacitación acorde (desde la perspectiva neoclásica) a las posibilidades que dicha formación promueven.

### **3.El debate alrededor del CHE**

Si el CH, en tanto factor de producción, se define como la acumulación de conocimientos y habilidades en una persona o sociedad y que explican el desempeño en términos de productividad, entonces, el CHE puede definirse como el conjunto de conocimientos y habilidades que posee una persona y que explican su desempeño emprendedor.

Considerando lo expuesto en la introducción resulta necesario comprender cómo se define emprendedor para entender qué conjunto de conocimientos y habilidades componen dicho CHE. Como se verá, no puede definirse emprendedor sin definir qué es emprender y esto permitirá acotar el campo del CH a la especificidad del CHE.

Una de las discusiones más antiguas dentro del desarrollo emprendedor como campo del conocimiento refiere justamente a la definición del concepto y del sujeto “emprendedor”.

Incluso en el presente no hay una definición concreta consensuada y los investigadores suelen usar definiciones que resultan funcionales a sus objetivos. Entendiendo al desarrollo emprendedor como campo del conocimiento, esto representa un problema de singular importancia dado que “emprendedor” (en tanto concepto y en tanto sujeto) representa una unidad de análisis fundamental en la conceptualización de cualquier tema dentro de este campo. Se entiende que toda acción tendiente a la promoción del desarrollo emprendedor (ya sean políticas públicas, estrategias de formación, iniciativas privadas, etc.) busca fortalecer o apoyar a los emprendedores que ya existen y/o ensanchar la base de emprendedores, invitar a más personas a involucrarse en la actividad emprendedora. Por lo tanto, resulta imprescindible saber de qué se está hablando cuando se habla de “emprendedor”.

Como se dijo, más allá de lo importante que resulta contar con una definición consensuada, este concepto todavía sigue en construcción. Tomando como punto de partida el trabajo de Gartner (1988) el autor establece que el principal problema en aquel entonces fue intentar definir al emprendedor por lo que “es” antes que por lo que “hace”. Sostiene Gartner que a la pregunta: ¿por qué determinadas personas crean una empresa mientras otras, en condiciones similares, no lo hacen?, en general la literatura respondió definiendo “quién es un emprendedor”. De esta forma, la diferencia de comportamientos

(crea una empresa vs. no lo hace) queda determinada por la diferencia de rasgos entre dichas personas, concretamente, porque uno de ellos “es” un/a emprendedor/a y el/la otro/a no.

Gartner cita un trabajo de Brockhuas y Horwitz de 1985 donde los autores señalan; *“The literature appears to support the argument that there is no generic definition of the entrepreneur, or if there is we do not have the psychological instruments to discover it at this time. Most of the attempts to distinguish between entrepreneurs and small business owners or managers have discovered no significant differentiating features.”* (Gartner, 1988).<sup>5</sup>

El enfoque centrado en los rasgos (*trait approach*) toma al emprendedor como la unidad de análisis. En este sentido, los rasgos y características de los emprendedores son el eje para explicar el desarrollo emprendedor como fenómeno, pues consideran que son los emprendedores quienes “provocan” el desarrollo emprendedor (Gartner, 1988). Según este enfoque, el emprendedor posee una personalidad particular, específica, fija. Incluso, no importa si creó o no una empresa, o cuándo lo hizo, simplemente "es".

Como se mencionó anteriormente, a lo largo de la historia no se llega a una definición común, consensuada. A partir de esto, una enorme cantidad de rasgos, atributos psicológicos, características de personalidad, etc., fueron “definiendo” quién es un emprendedor. El gran problema allí (además del anteriormente mencionado) lo resume Gartner en la siguiente descripción: *“a startling number of traits and characteristics have been attributed to the entrepreneur, and a ‘psychological profile’ of the entrepreneur assembled from these studies would portray someone larger than-life, full of contradictions, and, conversely, someone so full of traits that (s)he’ would have to be a son of generic ‘Everyman’.”* (Gartner, 1988).<sup>6</sup>

De acuerdo con Pfeilstetter estas definiciones de emprendedor (desde sus rasgos o psicología) responden al sujeto social tipo ideal que obedece a los aspectos centrales que define la sociedad actual. Según este autor, ser emprendedor es una forma de vida, un

---

<sup>5</sup>*“The literature appears to support the argument that there is no generic definition of the entrepreneur, or if there is we do not have the psychological instruments to discover it at this time. Most of the attempts to distinguish between entrepreneurs and small business owners or managers have discovered no significant differentiating features.”*

<sup>6</sup> “Se ha atribuido al emprendedor una cantidad sorprendente de rasgos y características, y un 'perfil psicológico' del emprendedor ensamblado a partir de estos estudios retrataría a alguien más grande que la vida, lleno de contradicciones y, por el contrario, alguien tan lleno de rasgos que (s)he' tendría que ser un hijo del genérico 'Everyman'”.

modelo cultural, un modo de estar, una forma de relacionarse con el mundo, tanto un derivado de ese nuevo sistema flexible como un aprovechamiento activo de sus posibilidades liberadoras (Pfeilstetter, 2011).

A este tipo de enfoques el autor los denomina “teorías subjetivistas” y, en palabras del propio autor: *“Se fundamentan en un presupuesto ontológico que prima el libre albedrío sobre los condicionantes ambientales, e interpreta las acciones de los individuos como la consecuencia de cálculos racionales o utilitaristas, que se realizan a base de valorar conscientemente las ventajas e inconvenientes de una acción cualquiera. Aplicada esa teoría a los estudios del emprendimiento, el impulso de procesos de institucionalización de iniciativas innovadoras, se ve más como el resultado de acciones aisladas de agentes especialmente capacitadas que de causantes ambientales.”* (Pfeilstetter, op.cit.).

Es justamente este tipo de miradas las que critica Gartner y establece que la búsqueda de definir quién es un emprendedor es falaz. Cuando se habla de “emprendedor” no se define lo que alguien es, sino lo que alguien hace. Emprendedor es, por lo tanto, cualquier persona que emprende.

La creación de una organización es un evento contextual resultado de variadas influencias, donde el emprendedor es solo una parte de ese proceso complejo. Como parte de este proceso y, desde ese lugar, realiza una serie de acciones que finalizan en la creación de una organización. Son ese conjunto de acciones y el marco en el que las realiza (la intención de crear una organización) lo que lo define como emprendedor.

Como Gartner lo ejemplifica: *“To be a baseball player means that an individual is behaving as a baseball player. A baseball player is not something one is, it is something one does, and the definition of a baseball player cannot stray far from this obvious fact without getting into difficulty”* (Gartner, 1988).<sup>7</sup>

Por su parte, Shane y Venkataraman sostienen que definir al emprendedor como la persona que emprende no resuelve el problema de ofrecer una definición rigurosa y precisa del concepto (y, por lo tanto, del sujeto). Según estos autores, emprender resulta del nexo de dos fenómenos: la presencia de oportunidades para crear nuevos negocios y la presencia de personas que pueden identificarlas, darle sentido y concretarlas como tales

---

<sup>7</sup>“Ser beisbolista significa que un individuo se está comportando como un beisbolista. Un beisbolista no es algo que uno es, es algo que uno hace, y la definición de beisbolista no puede alejarse mucho de este hecho obvio sin meterse en dificultades”

(Shane y Venkataraman, 2000). Definir al emprendedor como la persona que emprende quita del plano de análisis la investigación sobre las oportunidades, por lo tanto, no incluye la complejidad del proceso emprendedor. En este sentido, definir “emprendedor” implica necesariamente definir “emprender” desde esta perspectiva amplia en la cual se incluye tanto al individuo como al contexto.

### **3. Emprender como proceso**

Existen muchas definiciones del proceso emprendedor y distintas formas de definirlo. En algunos casos, desde una perspectiva más determinista, se intenta definir las etapas del proceso de creación de empresas como una secuencia ordenada de sucesos que concluyen en la creación y gestión de una nueva empresa. En otros, desde una perspectiva más sistémica, se intentan determinar los factores contextuales y personales que influyen en la creación de una organización.

Por ejemplo, Kantis, Ishida y Komori (2002) analizando emprendedores de Latinoamérica y de Asia dividiendo las etapas de creación de una nueva empresa en tres principales: gestación del proyecto, puesta en marcha (*start up*) y desarrollo inicial.

La primera de ellas incluye a su vez la adquisición de la motivación y las competencias para ser empresario, la identificación de fuentes de oportunidad y la elaboración del proyecto.

- La adquisición de la motivación y las competencias para ser empresario: La investigación identificó que las motivaciones de los empresarios son tanto económicas como no económicas, entre las que se destacan la necesidad de desarrollo y realización personal, así como también el deseo de contribuir a la sociedad. El factor económico de mayor peso es el deseo de mejorar el ingreso. La vocación y las competencias empresariales son adquiridas fundamentalmente con la experiencia laboral, generalmente PyMEs de sectores relacionados con la nueva empresa. El sistema educativo provee el conocimiento técnico, pero no el más amplio conjunto de capacidades, aptitudes y actitudes necesarias para ser empresario.
- Las fuentes de oportunidades de negocio: La mayoría de las nuevas firmas comienzan vendiendo sus productos y servicios a otras empresas manufactureras y de servicios. Las empresas más dinámicas son las que más acceden a los pedidos de grandes clientes.

- La identificación de las oportunidades de negocio: Las redes de contactos personales y el ámbito laboral donde trabajaron anteriormente los emprendedores fueron las principales fuentes a través de las cuáles captaron las oportunidades de negocios. Los empresarios más dinámicos utilizan una mayor variedad de fuentes de información para captar oportunidades, y sus redes de contactos presentan una mayor presencia de personas del “mundo de los negocios”.
- La información y elaboración del proyecto: La mayoría de los emprendedores cuentan con información de mercado para elaborar el proyecto empresarial, pero la disponibilidad de información sobre las escalas de inversión y el tamaño de planta necesario para ser competitivos es mucho menos frecuente. El dimensionamiento del proyecto depende en mayor medida de las experiencias en el mercado que del resultado de estudio comerciales y de ingeniería previos al inicio de actividades. La lógica del proceso decisorio de los emprendedores no se basa en una elección racional entre la carrera empresarial y el empleo en relación de dependencia. Sólo una minoría efectúa estimaciones de los ingresos personales que obtendrían en cada caso.

La etapa de puesta en marcha incluye por su parte la decisión de comenzar, y el acceso y movilización de los recursos.

- La decisión final de comenzar: Entre los fundadores de los emprendimientos más dinámicos se observa una mayor influencia de las variables no monetarias con relación al resto de los emprendedores.
- El acceso y la movilización de los recursos: Según los emprendedores, la experiencia laboral previa y la formación universitaria, especialmente la de posgrado, les facilitaron el acceso a la tecnología y a otros recursos no monetarios al inicio de la empresa. Los fundadores de las empresas más dinámicas utilizaron sus redes de contactos para acceder a los recursos en mayor medida que los demás. La principal fuente de financiamiento de los emprendedores para poner en marcha la empresa son los ahorros personales.
- El ingreso al mercado: Las nuevas empresas enfrentan una elevada presión competitiva al ingresar al mercado. La mayoría de los competidores son otras PyMEs y algunas grandes empresas. Las nuevas empresas se basan en una diferenciación en función de la calidad y el servicio más que en ofrecer precios

menores. Otra de sus ventajas competitivas es una mayor intensidad de actividades de investigación y desarrollo.

A los fines de esta investigación se hará énfasis en dos definiciones que presentan mayor consenso en el campo académico.

Previo a la publicación del ya citado trabajo de Gartner, Shapero publicaba *The Entrepreneurial Event* (Shapero, 1984). Allí el autor establecía que “*Rather than review the various definitions of the terms entrepreneur and entrepreneurship, I have chosen to define the unit of interest as the entrepreneurial event. Focus on the event avoids the question of whether an individual who has carried out one entrepreneurial act in his or her lifetime is or is not an entrepreneur*”.<sup>8</sup>

En este contexto donde todavía se discutía quién es un emprendedor, incluso si alguien que estaba realizando acciones “emprendedoras” era o no emprendedor, Shapero define que la unidad de análisis es el evento emprendedor.

Según este autor, todo evento emprendedor está caracterizado por:

- Toma de iniciativa,
- Combinación de recursos para formar una organización,
- Gestión de la organización creada,
- Autonomía relativa, y
- Toma de riesgos.

A esto agrega que todo evento emprendedor es el resultado de dos decisiones: 1) la decisión de cambiar una determinada trayectoria de vida y, 2) la decisión de iniciar una empresa.

La decisión de cambiar la trayectoria de vida resulta de lo que el autor denomina *personal displacement* (Shapero, 1984). Este último concepto refiere a situaciones en la vida de una persona que lo mueven o descolocan con relación a su recorrido anterior. Shapero sostiene que normalmente esto sucede a partir de la influencia de fuerzas negativas (por

---

<sup>8</sup>“En lugar de revisar las diversas definiciones de los términos emprendedor y emprendimiento, he optado por definir la unidad de interés como el evento emprendedor. Centrarse en el evento evita la pregunta de si un individuo que ha llevado a cabo un acto empresarial en su vida es o no un empresario”.

ejemplo, ser despedido del trabajo) o fuerzas positivas (por ejemplo, ganar mucho dinero en la lotería).

El efecto desplazamiento (sea positivo o negativo) promueve la intención, pero no es suficiente para provocar la acción (Shapiro, 1984). Una vez producido el desplazamiento, solo creará una nueva empresa la persona que subjetivamente considere que ese camino de acción es, al mismo tiempo, deseable y posible (Shapiro, 1984). Dichas percepciones se forman a partir de la influencia de factores contextuales.

La percepción de qué es deseable se vincula con los valores. Estos valores se definen como concepciones propias de un individuo o de un grupo que influyen en sus decisiones. Esta percepción se forma a partir la influencia de la matriz cultural, la estructura socio económica, la educación, la opinión de los pares y personas influyentes (Shapiro, 1984).

Aquí juegan los diferentes modelos de rol que pueden formar parte fundamental en la determinación de las opciones empresariales. Los modelos de rol pueden originarse en la sociedad, la familia, los amigos y otras redes sociales<sup>9</sup>.

El razonamiento es que aquellos que tienen mayores posibilidades y oportunidades de observar emprendedores directamente tienen más probabilidad de convertirse en empresarios, dado que la percepción y el costo de oportunidad de la actividad emprendedora, decrece. Esto es consecuencia de dos factores principales:

- El primero de ellos está relacionado con el desarrollo de redes y tiende a disminuir los costos de transacción.
- El segundo es que la presencia de los modelos de rol incrementa la probabilidad de que aparezcan nuevos emprendedores.

Cuando un individuo no tiene modelos de rol de naturaleza emprendedora en su familia, la EE actúa en su reemplazo.

Por su parte, continuando con el enfoque de Shapiro, la percepción de que es posible emprender surge de la amalgama de conocimiento, acceso a recursos y haber visto a otras personas similares a esta que han realizado lo que esta desea (Shapiro, 1984).

Shane y Venkataraman (2000) definen que emprender es el proceso de descubrir, evaluar y aprovechar oportunidades para el desarrollo de nuevos negocios. Estos autores

---

<sup>9</sup>Los posibles modelos de rol exceden obviamente al campo empresarial pudiendo extenderse en principio a todo terreno de la actividad humana.

proponen que hablar de emprender implica hablar tanto de las oportunidades como de las personas. Estos dos elementos de la definición de emprender son interdependientes, es decir, las oportunidades son tales porque alguien (una persona o un grupo de personas) las percibe como oportunidades y, al mismo tiempo, el contexto ofrece información que puede aparecer como una oportunidad ante la percepción de algunas personas.

De acuerdo con estos autores, "*Entrepreneurial opportunities are those situations in which new goods, services, raw materials, and organizing methods can be introduced and sold at greater than their cost of production*".<sup>10</sup> Su existencia es objetiva pero no es percibida por todas las personas al mismo tiempo, por lo tanto, su identificación es subjetiva.

La identificación de oportunidades ha sido considerada como una capacidad esencial de los emprendedores y puede adoptar varias perspectivas.

En el caso de Shane y Venkataraman, el descubrimiento de una oportunidad se apoya en la conjetura que hacen algunas personas acerca de que un determinado conjunto de recursos, no son utilizados de la mejor forma. En los términos del trabajo de esta investigación puede notarse como el CH es el que promueve las posibilidades de descubrir y aprovechar dicha oportunidad. Apoyados en las propuestas del economista inglés Kizner, los autores sostienen que estas diferentes conjeturas entre miembros de una misma comunidad se forman porque no todas las personas poseen la misma información y tampoco procesan de la misma forma la información con la que cuentan (Venkataraman y Shane, op. cit.).

El punto de partida del proceso emprendedor es el descubrimiento de oportunidades. Como se mencionó, esto se sustenta en las diferentes lecturas del entorno que hacen las personas. El desarrollo emprendedor requiere que haya diferentes creencias sobre el valor potencial de los recursos. Estas diferentes conjeturas se forman porque, por un lado, la gente toma decisiones sobre la base de sus intuiciones, corazonadas, heurística y, acumula y desacumula información. Estas decisiones a veces son correctas y otras erróneas, por lo que se genera escasez y sobreoferta en diferentes lugares (Kizner 1973, citado en Venkataraman y Shane, op.cit.).

---

<sup>10</sup>“Las oportunidades empresariales son aquellas situaciones en las que se pueden introducir y vender nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización a un precio mayor que su costo de producción”

Por otro lado, las economías están en constante desequilibrio, los procesos de ajuste generan nueva información que no se distribuye de manera pareja entre los individuos (Schumpeter 1934, citado en Venkataraman y Shane, op.cit.).

La decisión de aprovechar estas oportunidades es también función de las características de la oportunidad y de los individuos, es decir, del CH que estas personas poseen. En cuanto a las características de las oportunidades, siguiendo lo propuesto por Shumpeter y Kizner, Shane y Venkataraman sugieren que el emprendedor tiene que tener expectativas de que el valor de las mismas supere el costo de oportunidad (incluido el ocio), la falta de liquidez por la inversión de tiempo y dinero, y un premio por enfrentar la incertidumbre.

En cuanto a diferencias personales, la posesión de capital financiero y capital social, tener experiencia emprendedora o en trabajos previos facilita el aprovechamiento de oportunidades. A esto se suman las diferencias en las percepciones, fundamentalmente sobre riesgos, también el optimismo, la percepción de autoeficacia, la ubicación interna de control, la tolerancia de la ambigüedad, y alta necesidad de logro (Venkataraman y Shane, op.cit.).

A partir de lo dicho, y en función de los objetivos de este proyecto de investigación, se entenderá que emprendedor es cualquier persona que emprende. En este sentido, emprender es un proceso en el que influyen factores contextuales y personales. A estos últimos los trataremos como CH.

En concreto, el proceso de emprender implica la identificación, evaluación y explotación de oportunidades para crear una organización. Por lo tanto, cualquier persona involucrada en alguna actividad vinculada a identificar, evaluar o aprovechar una oportunidad emprendedora es un/a emprendedor/a.

Dicho de otra forma, la posibilidad de descubrir y aprovechar oportunidades, siguiendo a la propuesta de Shane y Venkataraman, se sustenta en factores de contexto (externos a la persona) y en el CHE entendido como el conjunto de conocimientos y habilidades que permiten una persona descubrir y aprovechar oportunidades para la creación de una nueva organización. El sistema formal educativo juega un rol clave en el desarrollo de este capital humano.

#### **4.Sobre el CHE y la intención emprendedora**

La intención emprendedora representa la intención del individuo para iniciar un nuevo negocio y es un estado consciente de la mente que precede a la acción, pero dirige la atención hacia el objetivo de establecer un nuevo negocio, cuyo proceso se inicia cuando un individuo desarrolla la intención (Valencia Arias et al., 2015).

Es uno de los resultados más importantes de la actividad sobre emprendimiento, al ser considerada como el primer paso hacia la etapa de creación empresarial se ha asociado con dos clases principales de factores, individuales y contextuales. Los factores individuales incluyen dimensiones de la personalidad y características demográficas tales como antecedentes familiares vinculadas a negocios, la educación y el género, en tanto que el apoyo educativo es un importante determinante de la intención emprendedora entre los factores contextuales que impactan en la intención (Abobaker y Renjini, 2020).

Tomando en cuenta varios estudios publicados Díaz-García et al. (2015) sostienen que cuando los individuos asisten a un curso de creación de empresas su percepción más favorable del emprendimiento como una opción profesional puede atribuirse, al menos en parte, a un aumento de la autoeficacia, esto es, la creencia en sus propias habilidades para desarrollar las tareas de emprendimiento necesarias. Las fuentes que ayudan a los individuos a desarrollar confianza en sus habilidades son la práctica, los niveles moderados de fracaso y la experiencia adquirida de observar cómo otros desarrollan la tarea (experiencia vicaria). Se sugiere también que una vez que la autoeficacia en una habilidad es internalizada por el individuo, la confianza anima al individuo a aceptar mayores retos, y conseguirlos refuerza su percepción de eficacia, lo que crea un efecto espiral que mejora la autoeficacia incluso más.

La literatura ha utilizado principalmente dos modelos sociopsicológicos para explorar las actitudes y sus antecedentes (creencias) con impacto en la intención emprendedora. Estos son el mencionado modelo del evento emprendedor de Shapero y la teoría de Ajzen basada en la teoría de la acción razonada (*Theory of reasoned action*, TRA)<sup>11</sup>. El primero se centra más en el individuo (incluyendo una medida de la proactividad individual), en tanto que el segundo se centra más en el contexto o entorno (incluyendo el apoyo social a la conducta).

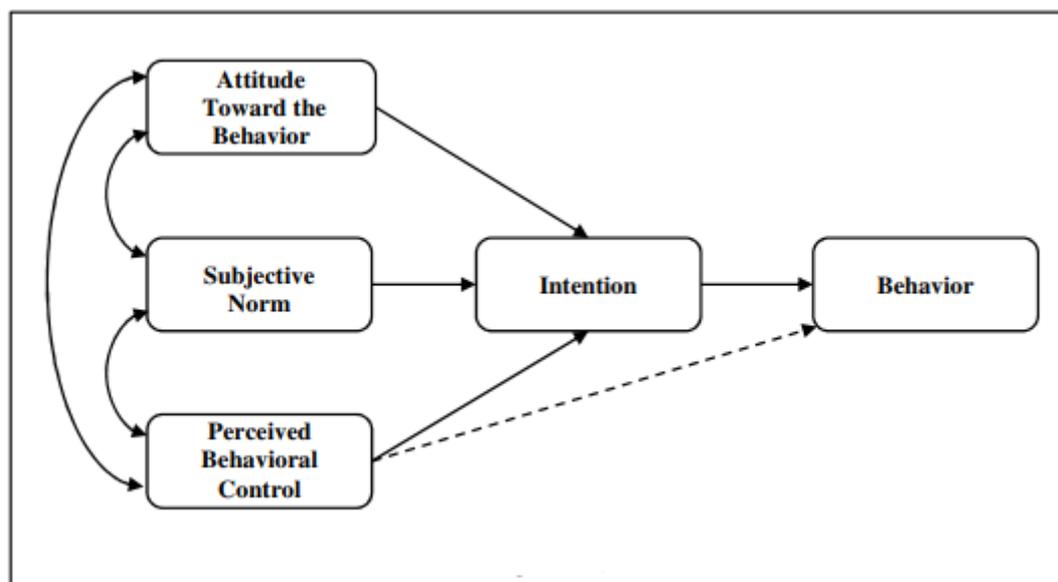
---

<sup>11</sup>Es un modelo general de las relaciones entre actitudes, convicciones, presión social, intenciones y conducta. Fue desarrollado por *Martin Fishbein* (1975) con el objetivo de predecir la conducta humana.

En relación con el modelo del evento emprendedor, la decisión de crear una empresa requiere de dos elementos fundamentales. En primer lugar, debe existir un suceso precipitador o un cambio externo -suceso negativo como perder el trabajo o suceso positivo como recibir una herencia-, que rompa la inercia del comportamiento humano y, en segundo lugar, el individuo debe considerar que iniciar un negocio es una opción “creíble” - intención empresarial-. A su vez, la “credibilidad” dependerá de la deseabilidad y de la factibilidad percibida de realizar el comportamiento en cuestión, así como de una cierta propensión a actuar. Asimismo, los factores culturales, sociales y contextuales tales como la experiencia laboral previa o los modelos de conducta de los familiares, no afectan directamente a la intención o al comportamiento, sino que operan a través de la influencia que ejercen sobre la deseabilidad y la factibilidad percibida.

En lo referente a la teoría de Ajzen el comportamiento viene determinado por la intención y por el control percibido. A su vez, la intención de llevar a cabo una determinada acción se puede predecir a través de las ya mencionadas actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido (ver Figura N°1).

**Figura N° 1: Componentes de la Teoría de Ajzen**



Fuente: Ajzen, 1991, pág. 182.

Esta teoría es la que ha sido más utilizada en la literatura, a la vez que da soporte teórico al proyecto de investigación internacional *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESSS* (Medina Brito et al., 2014).

El *GUESS* fue iniciado en Suiza en 2003 en la universidad de St. Gallen, y está dirigido a investigar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de todo el mundo, identificando cuántos de ellos están en el proceso de crear un negocio y cuántos ya tienen un negocio propio.<sup>12</sup>

En otras palabras, el informe exhibe la opinión de dichos alumnos sobre la manera en que sus propias universidades encaran en más o en menos el aliento y acción hacia el emprendimiento. El foco de estudio se centra en el proceso de fundación y en los marcos de referencia para llevar a cabo dicho emprendimiento, en la universidad y en el propio individuo. Así, sistemáticamente registra la intención y la actividad emprendedora de los estudiantes de diferentes universidades y países en una base de datos a largo plazo, lo que hace posible comparaciones geográficas y temporales entre universidades con diferentes visiones del emprendimiento. Asimismo, también permite la comparación de las características individuales que influyen en la intención y en la actividad emprendedora de los estudiantes que conforman la muestra en cada edición.

Las acciones de la universidad orientadas al desarrollo del emprendimiento, en función de su profundidad y alcance podrán contribuir a potenciar estas motivaciones en su alumnado. Queda claro que cada individuo presenta una programación mental específica y las acciones externas como las mencionadas podrán serle absolutamente indiferentes sin impactar en absoluto en su conducta y decisiones en tanto habrá otros en los cuales dichas acciones serán decisivas.

La experiencia en la vida universitaria ligada a carreras de administración y negocios exhibe diferentes perfiles de alumnos; aquellos en los que se identifican claramente las características clásicas del emprendedor ya mencionadas y que su panorama laboral parecería estar claramente definida a fin de abordar y lograr su propio emprendimiento, alumnos claramente identificados con desarrollar una carrera en empresas instaladas, y aquellos otros que podrían definirse como emprendedores eventuales, “latentes”, para quienes podrá estar presente en sus planes personales el emprendimiento, en la medida

---

<sup>12</sup>Su informe sobre Argentina (2016) recopiló las respuestas de 2.700 alumnos de 35 universidades de todo el país públicas y privadas y aborda el tema desde varias perspectivas.

en que la oferta de acciones de la universidad pueda responder adecuadamente a sus inquietudes a través de acciones que potencien la búsqueda y satisfacción de ese objetivo.

## **5. Conclusiones**

La complejidad y ambigüedad de términos tales como emprendedor, emprendimiento y proceso emprendedor derivan en una falta de consenso unificador en la literatura acerca de sus definiciones; sin embargo, existe un hilo conductor en los trabajos consistente en la búsqueda de explicación de por qué, cómo, cuándo o dónde descubren y aprovechan las personas emprendedoras las oportunidades que promueven el proceso de desarrollo empresarial.

De acuerdo con lo desarrollado se entiende por CH a los conocimientos y las características que los trabajadores poseen y que contribuyen a su productividad en tanto el CHE puede definirse como el conjunto de conocimientos y habilidades que posee una persona y que explican su desempeño emprendedor.

Aunque de manera no excluyente la EE es un factor contribuyente del CHE y este capital acumulado por una persona es determinante de su intención emprendedora. Las personas que han recibido una EE o han participado en una experiencia de inmersión en este campo durante su educación universitaria presentan ratios superiores en el comportamiento emprendedor y en la creación de empresas que quienes no lo han hecho y la EE acelera la creación de nuevas empresas, desarrolla las competencias necesarias, mejora la identificación de oportunidades, la factibilidad percibida y la actividad de inicio de negocios. En otras palabras, se asume que la experiencia formadora universitaria potencia el CHE y por ende la intención emprendedora. Las intenciones empresariales se derivan de la percepción de conveniencia, viabilidad y una propensión a actuar sobre las oportunidades. La conveniencia percibida se define como el atractivo de iniciar un negocio, la viabilidad percibida, como el grado en que un individuo se siente capaz de hacerlo, y la propensión a actuar, como la disposición personal para actuar sobre las decisiones de uno (Valencia Arias A. et al., op.cit.).

Los modelos de intención cierran la brecha de tiempo entre la EE y el comportamiento empresarial y la aplicabilidad general de las intenciones para predecir el comportamiento es reconocido y validado por numerosos estudios psicológicos. El principio general de estos modelos es que la intención es el antecedente inmediato del comportamiento,

mientras que a su vez la intención es determinada por las actitudes, y las actitudes se ven afectadas por influencias exógenas, por ejemplo, variables de rasgos, demográficas y situacionales (Valencia Arias et al., op.cit).

Se encuentra así que la intención es el mejor predictor del comportamiento real subsiguiente, particularmente cuando el comportamiento es raro, difícil de observar o implica retrasos de tiempo impredecibles. La creación de una empresa puede así servir como un ejemplo típico de tal comportamiento intencional planificado y ha contribuido a la popularidad que exhibe la teoría de Ajzen en la investigación sobre el desarrollo empresarial.

### **Referencias bibliográficas**

- Aboobaker, N., Renjini, D. (2020). Human capital and entrepreneurial intentions: do entrepreneurship education and training provided by universities add value? On the Horizon.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 50, nº 2, pp. 179-211.
- Becker, G. S. (1975). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education* (2nd ed.). New York: National Bureau of Economic Research.
- Becker, G. S. (1994). Human capital revisited. In *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education, Third Edition*, pp. 15-28. The University of Chicago Press.
- Díaz-García, C., Sáez-Martínez, F. y Jiménez-Moreno, J. (2015). Evaluación del impacto del programa educativo “Emprendedores” en la intención emprendedora de los participantes. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3), pp. 17-31. doi:<http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i3.2146>
- European Commission (2012). *Effects and Impact of Entrepreneurship Programs in Higher Education*, Brussels, March, Entrepreneurship Unit, Directorate-General for Enterprise and Industry. [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjtlaadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1176469](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjtlaadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1176469)
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question, *American Journal of Small Business*, 12(4), pp. 11-32.

- Julien P.A. (1998), *The state of the art in small business and entrepreneurship*, Ashgate Publishing Limited.
- Kantis H., Ishida M., y Komori M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia*, Washington, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Krugman, P. (1997). *El Internacionalismo Moderno*, México, Editorial Crítica.
- Martínez de Luco G. A., Campos Granados J.A. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la universidad de Deusto, *Boletín de Estudios Económicos* Vol. LXIX - N.º 211, pp.151-172.
- Medina Brito P., Bolívar Cruz A., Lemes Hernández A.I. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales*, Segunda época, (2), pp. 63 – 80. Doi:10.17561/ree
- Mincer, J. (1974). Schooling, Experience, and Earnings. *Human Behavior & Social Institutions* No. 2.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda, *Academy of Management Learning & Education* 16(2), pp. 277–299.
- Pfeilstetter R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto, *Gazeta de Antropología* 27(1): 16.
- Schultz T.W. (1959). Investment in man: An economist's view, *Soc. Serv. Rev.*, June, 33, pp.109-117.
- Schultz, T. W. (1972). Human capital: Policy issues and research opportunities. In *Economic Research: Retrospect and Prospect*, Volume 6, Human Resources, pp. 1-84.
- Shane S., Venkataraman S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 25 (1), pp. 217-226.
- Shapiro A. (1984). *Why entrepreneurship?* Working paper, Babson College.
- Stevenson H.H. y W.A. Sahlman (1989). The Entrepreneurial process, en Burns p. y Dewhurst j. (eds.), *Small Business and Entrepreneurship*, pp. 94-157, Basingstoke, Macmillan Education.
- Valencia Arias A., Alonso Montoya I., Montoya L.A. (2015). Explanatory factors of entrepreneurial intentions among university students, *Espacios*, 36(5).

