



MOTIVACIONES, RAZONES, PROCESOS Y ESTRATEGIAS PARA EL EMPRENDIMIENTO. UNA MIRADA DESDE EL APRENDIZAJE

Gerardo Manuel Rodríguez Jiménez
2032466j@umich.mx

Área temática: Procesos de Aprendizaje y Educación

Línea temática: Aprendizaje en contextos no formales.

Porcentaje de avance: 70%

a) Trabajo de investigación educativa asociada a tesis de grado

Programa de posgrado: Maestría en Psicología. Cuarto semestre.

Institución donde realiza los estudios de posgrado: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo



Resumen

El actual contexto socioeconómico es incierto para la actividad económica de los egresados de las IES. Particularmente los egresados de psicología en este país padecen el desprestigio de la ciencia psicológica (Zarzosa, 2015; Covarrubias-Papahiu, 2013; Papahiu, 2009), parte de ello repercute en la idea de que el psicólogo aún no es capaz de dominar todos sus espacios ocupacionales (Papahiu, 2009) lo que implica pocas posibilidades de generar sus propias fuentes de ingreso a través del emprendimiento, tema susceptible de aprender en contextos no formales. Se presentan los resultados preliminares de un estudio más amplio enfocado a la formación para el emprendimiento con base en la metodología de la Investigación-Acción Participativa. Se expone aquí la primera fase de diagnóstico. El objetivo: explorar las motivaciones y razones que llevan a una persona a emprender, los procesos y estrategias que utiliza. Se diseñó y aplicó una entrevista semidirigida a 7 emprendedores formales experimentados. Los resultados muestran que hay un proceso para aprender a emprender que se aborda de diferentes formas según el contexto y los recursos que la persona tenga en un momento específico de vida; las motivaciones son muy variadas y volverse ricos no es una de ellas; emprender es una acción dirigida a la iniciativa de movilizarse por cuenta propia hacia un propósito con múltiples motivaciones, lo cual está asociado a los aprendizajes implícitos que los participantes desarrollaron en contextos no formales de educación. Datos como estos son útiles para diseñar procesos formativos como los de alfabetización económica.

Palabras clave: Emprendimiento, motivaciones, estrategias, aprendizaje.

Introducción

Una preocupación de las Instituciones de Educación Superior (IES) es el escaso posicionamiento en el sector laboral de sus egresados; después de todo, las universidades tienen el objetivo de crear riqueza social por medio de 5 funciones: investigar, transmitir cultura, formar profesionales, emprendedores y retribuirle a la sociedad (Gómez y Moñivas, 2005); por lo tanto, formar profesionales emprendedores resulta necesario para que los estudiantes de cada carrera desarrollen habilidades de emprendimiento e innovación (López-Torres et al., 2017). Empero, no todas las carreras tienen el mismo perfil, algunas tienen más acercamiento al emprendimiento que otras; las ciencias sociales y humanidades, en contraste con carreras administrativas e ingenieras, suelen tener menos formación en emprendimiento (Sepúlveda et al., 2017).

Se han hecho estudios en programas de emprendimiento (Flores et al., 2019), en temas como métodos de enseñanza en economía (Grol et al., 2016) y talleres de alfabetización económica (Tarazona, et al., 2014); los cuales proponen que el emprendimiento puede enseñarse de múltiples maneras. Para ello hay dos cuestiones a considerar: a) la naturaleza del emprendedor es práctica y debe enseñarse vinculando proyectos existentes con el campo laboral (Castrechini, 2017) y; b) el objetivo central de toda intervención educativa en emprendimiento debe centrarse en generar/aumentar la intención emprendedora (Rodríguez et al., 2016) y promover el riesgo, el deseo, la inspiración y la pasión por empezarlos (Fayolle, et al., 2006) partiendo de modelos de aprendizaje y no modelos de negocios (Saldarriaga y Guzmán, 2018).

Por ello es necesario estudiar la manera en que se aprende a desarrollar proyectos emprendedores desde la concepción de emprendedores en activo y cómo es que estas ideas se pueden utilizar para diseñar procesos educativos para la enseñanza de temas de emprendimiento introduciendo aspectos de alfabetización económica por su incidencia en temas al momento de obtener control sobre sus propios proyectos, y de esta manera ayudar a mejorar las intenciones emprendedoras (Suratno, 2021) proporcionando herramientas para gestionar proyectos o negocios (Sepúlveda et al., 2017).

Por lo anterior se presentan los resultados de la primera parte de un estudio más amplio que busca analizar la eficacia de un proceso educativo, relacionando temas de emprendimiento y alfabetización económica para estudiantes de nivel superior. La pregunta de investigación para este proyecto marco es: ¿de qué modo un proceso educativo, relacionado con temas de emprendimiento y alfabetización económica favorecen la intención emprendedora en estudiantes de nivel superior?

Para esta comunicación sólo se presenta la fase inicial del proyecto que buscó explorar las motivaciones y razones que llevan a una persona a emprender; los procesos y estrategias que utiliza. Se elaboraron entrevistas semiestructuradas para tal propósito.

Desarrollo

El tema del emprendimiento regularmente ha sido abordado por diferentes ciencias. Para Castrechini (2017) el emprendimiento se define como una competencia que no se enseña, más bien se desarrolla. Perrenoud (2004) propone que la competencia es la “capacidad de movilizar varios recursos cognitivos para hacer frente a un tipo de situaciones” (p. 11), dichos recursos son los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias, más ninguna de esas por si mismas son las competencias *per se* (Perrenoud, 2004).

La intención emprendedora, en cambio, es reconocer la convicción por crear un negocio y planificar a consciencia las estrategias necesarias (Soria-Barreto et al., 2016). Este concepto se asemeja con la motivación, definida como un impulso interno activador de cualquier comportamiento con una meta a cumplir (Rubio, 2016, como se citó en Bohórquez et al., 2020), y esta motivación puede ser de naturaleza intrínseca (interés propio) y extrínseca (motivación del exterior) (Prieto, 2020).

Para los fines de esta investigación al emprendimiento se le define como una competencia utilizada para crear, planificar y ejecutar proyectos/negocios. Sin embargo, estas competencias emprendedoras se despliegan en un contexto económico particular. Por ello, la psicología económica resulta relevante puesto que es una especialidad de la psicología social (Quintanilla, 2002) encargada de estudiar la comprensión del mundo económico (Denegrí, 2010) y el comportamiento económico como la toma de decisiones y la satisfacciones del consumidor, la conducta empresarial, entre otros (Van Raaij y Crotts, 1995). La psicología económica concibe al ser humano como un sujeto psicológico que forma su pensamiento económico por medio de la interacción social (Delval, 2013) y que sus conductas no parten de una supuesta racionalidad inamovible, sino de la susceptibilidad a los sesgos cognitivos que la complejidad de la economía puede presentar (Quintanilla, 2002). Partiendo de esto, se puede reflexionar sobre la incidencia del pensamiento económico en el emprendimiento, así como los comportamientos relacionados a ello. Empero, para desarrollar procesos educativos que pretendan enseñar emprendimiento y economía, hay que explicar cómo se aprende.

La teoría de los aprendizajes estratificados de Pozo (2014) parece óptima porque propone que los sujetos aprenden desde un sistema estratificado donde los aprendizajes (implícito y explícito) se conforman por una jerarquía de niveles inferiores y superiores respectivamente. Los aprendizajes implícitos están vinculados con un sistema acumulativo de información, son pragmáticos y centrados en la certidumbre con la finalidad de detectar regularidades y generalizar creando rutinas y representaciones estables aunque imprecisas; en cambio, los aprendizajes explícitos están vinculados con lo simbólico y la cultura; son deliberados y declarativos porque buscan explicar y relacionar sucesos entre sí permitiendo la estructuración de conocimientos específicos y ocasionar cambios personales cualitativamente significativos a largo plazo (Pozo, 2014).

Lo anterior enmarca teóricamente este estudio desde una metodología cualitativa, indagando los conocimientos que emprendedores expertos desarrollaron desde sus aprendizajes implícitos para, posteriormente, ser la base empírica del desarrollo de un proceso educativo que aborde los temas de emprendimiento y alfabetización económica, entendida esta como la interacción social entre personas, y que el producto de tal interacción es la comprensión de las conductas socioeconómicas por medio del uso de conceptos económicos así como su actuar en el mundo económico (Martínez, 2017).

El diseño metodológico se fundamenta en la Investigación-Acción Participativa (IAP) según Balcázar (2003), Colmenares (2012) y Selener (1997) pues busca hacer una transformación social en los estudiantes a través de conocimiento económico y de emprendimiento vinculado con la psicología y su próximo mundo laboral. Se cuestiona el rol tradicional del investigador como único involucrado en la investigación y propone a los participantes como investigadores también.

Se desarrolló un plan de acción que contempló las siguientes fases, 1) Diagnóstico, 2) Formulación de estrategias, 3) Implementación y evaluación de las estrategias. 4) Clarificación de la situación del problema, 5) Evaluación y seguimiento.

Para los efectos de esta comunicación solo se presentan los resultados de la fase de diagnóstico consistida en la aplicación de entrevistas semiestructuradas a 07 emprendedores formales experimentados. Para el análisis de datos se eligió la codificación que propone abstraer los datos y convertirlos en códigos que permitan proponer descripciones y modelos explicativos (Gibbs, 2012).

RESULTADOS PARCIALES

Partiendo del análisis de datos se desarrollaron los siguientes códigos y se presentan de la siguiente manera: definición de emprendimiento, procesos, elementos, motivaciones, relevancia del emprendimiento, factores que impiden querer emprender y factores que favorecen poder emprender.

Definición de emprendimiento

Es considerado una acción dirigida a la iniciativa de tomar decisiones y movilizarse por cuenta propia hacia un propósito con múltiples inquietudes/deseos personales; los cuales, se traducen en la utilización de habilidades para la realización de: 1) proyectos de negocios, 2) oportunidades de trabajo previamente inexistentes o 3) cualquier proyecto novedoso. Estos proyectos son convertidos en un plan de vida por vincularse con la generación de recursos económicos y/o sociales, mejorar la calidad de vida, el bienestar material y subjetivo, el desarrollo profesional, así como proporcionar algo de valor a la comunidad.

En palabras de los participantes emprender “no necesariamente se debe de ver todo en función de crear negocios, sino también en la creación de ONG’s o proyectos sin fines de lucro” (participante 4).

Proceso para emprender

El proceso de emprender se divide en dos etapas: a) formación y b) mantenimiento del proyecto. La primera es muy contextual, y varía dependiendo de la edad, experiencia, condición social, etc.; no obstante, la forma más general para desarrollar esta etapa es iniciar sabiendo qué quieren hacer; luego identificar qué herramientas, espacios y oportunidades necesitan para desarrollarlos.

Se deben plasmar las ideas y dividirlos en partes para que el proyecto quede organizado y alivie la abrumación y desmotivación causada por la complejidad, cantidad de esfuerzo, tiempo y dinero que requiere llevar a cabo el proyecto.

Si bien el proceso que proponen los participantes posee dos etapas, en realidad, cada persona ha expresado procesos que llegan a tener diferencias entre sí. Algunos comenzaron teniendo proyectos informales que formalizaron al adquirir el recurso económico necesario; otros comenzaron teniendo una idea clara de lo que querían y lo iniciaron en cuanto terminaron sus licenciaturas con ahorros propios o apoyos familiares. Otros formaron proyectos replicando los procedimientos aprendidos de las empresas en las que previamente trabajaron. Así, desarrollaron proyectos que se volvieron competencia de las empresas donde trabajaron antes. Otros, en cambio, puede que cumplan con aspectos generales del proceso indicado, pero con un orden diferente, como primero darse de alta en hacienda sin saber mucho sobre finanzas o economía.

La segunda etapa comienza dándose de alta en hacienda y seleccionar su régimen fiscal. Aquellos que ya hubieran tenido proyectos antes poseían mayores recursos y experiencia para iniciar nuevos proyectos con mayor confianza y facilidad.

Un elemento importante en este proceso es monitorear y evaluar el desempeño de la empresa por medio de agendas para proponer objetivos diarios y; finalmente, actualizarse creando áreas de marketing, capacitación en áreas nuevas y necesarias, o incursionar en nuevos proyectos de ser necesario.

Los participantes cuando se les comentó sobre lo que opinaban de la relación del conocimiento económico con emprender comentaron que se pueden iniciar proyectos sin saber nada de economía. No obstante; es fundamental para ganar control sobre la empresa, lo que significa que permite tomar mejores decisiones y saber qué consecuencias obtendrán de ellas.

Elementos para emprender

Estos se dividen en 4 subcategorías: a) recursos contextuales (elementos que el contexto les proporciona); b) actitudes.; c) conocimientos y; d) habilidades.

Los recursos contextuales son el dinero, el tiempo y las relaciones sociales.

Las actitudes son las siguientes: ser inquieto, insatisfacción personal por la situación actual que lo rodea, orientación a cumplir retos, disciplinado, apertura al aprendizaje, sentirse cómodo y seguro con lo que uno hace, gran deseo por emprender, evitar patrones familiares indeseados y repetir costumbres familiares favorables, deseo por obtener recursos monetarios, deseo por invertir en proyectos con potencial visible para ellos.

Los conocimientos son: sobre sí mismo, finanzas y contabilidad, económico, legal, técnico y administrativo.

Las habilidades necesarias son: el pensamiento creativo, tolerancia a la frustración, pensamiento analítico y metodológico, ser organizado, ser autodidacta, saber gestionar recursos monetarios, saber ahorrar, saber alcanzar objetivos, saber ofrecer bienes y servicios

Motivaciones para emprender

Las motivaciones intrínsecas se resumen en:

Satisfacción por la facilidad para arrancar nuevos proyectos, autonomía, libertad financiera, adquisición de conocimiento nuevo y búsqueda de oportunidades laborales más seguras.

Las motivaciones extrínsecas, en cambio, son:

Convivir con otros emprendedores, apoyo real por parte de otros, conocer, control y dirección de una empresa, reconocimiento de otros profesionales del área.

La relevancia de emprender

Los datos muestran que hay dos tipos de relevancia: personal y social. La primera, remite a la ganancia de un sentido de vida pues permite enfocar sus vidas en metas a cumplir con una visión de sus futuros. También facilita crecer financieramente y ganar mayor libertad en tiempo y recursos económicos al mismo tiempo que aprenden cosas nuevas relacionadas a sus negocios/proyectos sociales.

La relevancia social alude a producir proyectos olvidados previamente, infrecuentes o inexistentes y favorece la variabilidad de productos/servicios al igual que la innovación.

Factores que impide querer emprender y factores que favorecen poder hacerlo

Un dato interesante que surge de las respuestas de los participantes es la importancia de querer emprender y los factores que favorecen para poder hacerlo.

Las situaciones que impiden querer emprender se resumen en:

- Ser inconstante, guiarse por la intuición y el desconocimiento, indeterminación, indisposición a invertir lo necesario, que el miedo al fracaso lo sobrepase, falta de herramientas (incluye actitudes o habilidades), desconocimiento del campo a emprender y de economía, falta de colegas, hostigamiento por grupos criminales.

Las situaciones que favorecen poder emprender son:

- Autoconfianza, sentirse capaz de construir algo en el futuro, buena mentoría, cuestionarse sobre lo que lo rodea, capacidad de movilizarse, autorreflexividad, saber cómo funciona el dinero y el “espíritu emprendedor”.

CONSIDERACIONES FINALES

Estos resultados serán la base para generar un proceso de formación educativa sobre temas de emprendimiento que se base en los conocimientos que tienen emprendedores expertos y que fueron desarrollados a través de aprendizajes implícitos en contextos no formales de acción directa al momento de emprender.

Por ello será importante comprender que, para estos sujetos de investigación, emprender debe de ser congruente con el estilo de vida, aspiraciones personales, gustos, ideales y proyectos de vida, sin ello, emprender podría resultar contraproducente; además, emprender no es necesariamente el camino hacia el “éxito” ni la riqueza.

Por otro lado, la idea de estos emprendedores al considerar al conocimiento económico como innecesario para emprender, pero fundamental para tener control sobre el proyecto, esclarece la relación que el emprendimiento y la alfabetización económica tienen entre sí. No son determinantes una de la otra, pero habría que saber si en otros contextos se presentan resultados similares.

Por otro lado, se rescata la idea de que, si bien algunos aprenden implícitamente sobre emprender, eso no niega que también se pueda enseñar explícitamente a través de procesos educativos implicando al sujeto psicológico epistémico que construye conocimiento para que las personas puedan aprender habilidades nuevas, así como actitudes que predispongan a cierto tipo de conductas (Pozo, 2014).

Finalmente, es necesario hacer estudios que consideren la realidad en la que se desarrollan los emprendimientos exitosos, y no sólo partiendo de la manera mecánica en que se estructura un emprendimiento, sino también considerando las ideas y experiencias por las que han

pasado los emprendedores, y cómo estas sirven para conocer los procesos de aprendizaje que han desarrollado para emprender, traduciendo dichos aprendizajes para la creación de procedimientos formativos que tengan como base la creación de aprendizajes explícitos (Pozo, 2014) para el emprendimiento.

Referencias

- Balcázar, F. (2003) Investigación acción participativa (iap): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos en Humanidades*, 4(7-8), 59-77.
- Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W. y Benavides R., A. (2020). La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 385-390.
- Castrechini, A. (2017). How to educate “for” entrepreneurship? A teaching innovation project address to future psychologists. En Proceedings of EDULEAN17 Conference, 3rd-5th July, 2017, Barcelona, Spain (Vol. 10).
- Colmenares E, A. M. (2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Voces y Silencios. Revista Latinoamericana de Educación*, 3(1), 102-115.
- Delval, J. (2013). *El descubrimiento del mundo económico en niños y adolescentes*. Ediciones Morata.
- Denegrí, M.C. (2010). *Introducción a la psicología económica*. Psicom Editores.
- Fayolle, A., Gailly, B. y Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.
- Flores, A.J.J., Ojeda R.P.M.A., Monroy, M.A.E. y Chávez, C.P.R. (2019). Talleres de emprendimiento con Lean Startup MX en la Universidad Autónoma de Baja California Sur: Impacto de la metodología y propuestas de mejora. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10(19). <https://doi.org/10.23913/ride.v10i19.534>
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata.
- Gómez, F. y Moñivas, A. (2005) Convergencia Europea, Trabajo Social y nuevas tecnologías. *Cuadernos de Trabajo Social*, 18: 57-77.
- Grol, R., Sent, E. M. y de Vries, B. (2016). Participate or observe? Effects of economic classroom experiments on students' economic literacy. *European journal of psychology of education*, 32(2), 289-310. <https://doi.org/10.1007/s10212-016-0287-8>
- López-Torres, V.G., Moreno-Moreno, L.R. y Carrillo, S. (2017). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior (diseño de una escala, análisis factorial y confiabilidad). *NovaRua: Revista Universitaria de Administración*, 8(14), 73-89. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8043167>
- Martínez, C.H.H. (2017). *La socialización económica familiar. Factor esencial para la formación del ciudadano económico que toma decisiones de consumo* [Tesis de maestría, Universidad

- Autónoma de Querétaro]. Repositorio de la Universidad Autónoma de Querétaro. <http://ri.uaq.mx/handle/123456789/6269>
- Papahiu, P. C. (2009). Representaciones de académicos sobre la psicología como profesión. Estudio de un caso. *Journal of Behavior, Health & Social Issues*, 1(1), 47-58.
- Perrenoud, P. (2004). *Diez nuevas competencias para enseñar: invitación al viaje*. Editorial Graó.
- Pozo, J. I. (2014). *Psicología del aprendizaje humano. Adquisición de conocimiento y cambio personal*. Morata.
- Prieto A., J. M. (2020). Una revisión sistemática sobre gamificación, motivación y aprendizaje en universitarios. *Ediciones Universidad de Salamanca*, 32(1), 73-99.
- Quintanilla, I. (2002). Daniel Kahneman y la psicología económica. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 18(1), 95-108.
- Rodríguez, G. V., Méndez, O. J. M., y Rayos, J. A. Á. (2016). Estrategia de emprendimiento en una universidad pública. *Caderno Profissional de Marketing-UNIMEP*, 4(1), 17-28.
- Saldarriaga, M.E.S. y Guzmán, M. F. G. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista EAN*, 85, 125-142. <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>
- Selener, D. (1997) *Participatory action research and social change*. Global action publications
- Sepúlveda, J., Coria, M. D., Calderón, L. O., Criado, N., Mendoza, J., Salazar, P. y Yung, G. (2017). Características emprendedoras personales y alfabetización económica: una comparación entre estudiantes universitarios del sur de Chile. *Interdisciplinaria*, 34(1), 107-124
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34.
- Suratno, Narmaditya, B. S. y Wibowo, A. (2021). Family economic education, peer groups and students' entrepreneurial intention: the mediating role of economic literacy. *Heliyon*, 7(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06692>
- Tarazona, M.P., Hernández, H., Pacheco, E.C., Seminario, J.M., y Murillo, M.R.Q. (2014). Programa de alfabetización económica sobre conductas de emprendimiento en pobladores quechua hablantes de caseríos de Caraz. *Revista de investigación en psicología*, 17(2), 39-57.
- Van Raaij, W.F. y Crotts, J.C. (1995). Introduction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(3), 1-19. doi:10.1300/J073v03n03_01
- Zarzosa, L.G.E. (2015). Los límites de la carrera de psicología y el necesario cambio de paradigma en su enseñanza. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 20(3), 243-256. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29242800001>