

El Desarrollo Emprendedor y la Escuela Media. La mirada de los jóvenes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Ruben Cesar

Gonzalo de Villalobos

UTN FRBA

Dirección General de Evaluación de la Calidad Educativa del GCBA

Noviembre de 2014



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Jefe de Gobierno

Mauricio Macri

Ministro de Educación

Esteban Bullrich

Jefe de Gabinete

Diego Fernández

Subsecretario de Gestión Educativa y Coordinación Pedagógica

Maximiliano Gulmanelli

**Subsecretario de Gestión Económica Financiera y de Administración
de Recursos**

Carlos Javier Regazzoni

Subsecretario de Políticas Educativas y Carrera Docente

Alejandro Oscar Finocchiaro

Subsecretaria de Equidad Educativa

María Soledad Acuña

Directora General de Evaluación de la Calidad Educativa

Silvia Montoya



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Equipo de trabajo

Coordinación y elaboración de informe

Ruben Cesar

Gonzalo de Villalobos

Encuestas y entrevistas:

Pamela Martín García



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Índice

RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
BREVE MARCO CONCEPTUAL	7
EL ROL EMPRENDEDOR Y SU LEGITIMACIÓN	8
CONTEXTO SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO EMPRENDEDOR.....	9
LA IMPORTANCIA DE LAS REDES.....	10
LA INTEGRACIÓN EN EL EVENTO EMPRENDEDOR	10
EL DESARROLLO EMPRENDEDOR EN LA ESCUELA MEDIA.....	12
METODOLOGÍA.....	14
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
PROPUESTA METODOLÓGICA.....	14
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.....	18
VÍNCULO CON Y PERCEPCIÓN DEL TRABAJO EMPRENDEDOR.....	23
PERCEPCIÓN DEL TRABAJO EMPRENDEDOR.....	31
LA PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES COMO EMPRENDEDORES.....	35
PERCEPCIÓN DEL COLEGIO COMO ESPACIO DE FORMACIÓN PARA EMPRENDER.....	45
EL COLEGIO COMO PROMOTOR DEL DESEO DE EMPRENDER.....	50
INFLUENCIA DEL COLEGIO EN LA AUTOEFICACIA	52
CONCLUSIONES.....	56
BIBLIOGRAFÍA.....	59



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Resumen

El siguiente documento presenta los resultados de un estudio exploratorio sobre la percepción de un conjunto de estudiantes del colegio secundario de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se trabajó sobre 15 colegios de CABA distribuidos en 5 distritos escolares, de cada distrito se seleccionó un colegio que participa en el programa Junior Achievement, un colegio que participa en el programa Generación Emprendedora y el restante colegio que no participa en ninguno de estos programas de promoción del desarrollo emprendedor.

Se trabajaron tres ejes de análisis: la percepción del trabajo emprendedor, la autopercepción como emprendedores y la percepción de la escuela secundaria como instancia de promoción del desarrollo emprendedor.

La información relevada muestra que la alternativa de crear su propio espacio de trabajo es la segunda más interesante para los estudiantes encuestados, que no tienen un vínculo cercano y/o fluido con el mundo emprendedor y que situaciones como "ser su propio jefe" o "crear empleo para otros" no son las más deseables para su futuro.

Esto estudiantes se perciben a sí mismos como personas con características emprendedoras, con altos niveles de autoeficacia frente a tareas clave para el desarrollo de emprendimientos. Asimismo, les resulta difícil encontrar información sobre emprendedores en el colegio, no lo perciben como un espacio que colabore en su eficacia para realizar tareas clave para el desarrollo de emprendimientos ni como un espacio que los motive a emprender.

Queda entonces definido un espacio de oportunidad para que la escuela secundaria aproveche las muy buenas condiciones que tiene para promover el desarrollo emprendedor a partir de la motivación de los estudiantes a emprender, la legitimación del rol emprendedor y la promoción de un mejor contexto para la actividad emprendedora.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Introducción

Varios autores destacan la importancia de la educación media en la promoción del desarrollo emprendedor. Este es un espacio que presenta condiciones muy favorables para la promoción de la actividad emprendedora, la valoración de los emprendedores como agentes de cambio y la legitimación del emprendedor como actor clave para el desarrollo local y regional.

Más allá de esto, no es un objetivo específico de esta instancia formativa promover el desarrollo emprendedor, la vocación emprendedora entre los estudiantes o la legitimación del rol emprendedor en la sociedad. Por lo tanto, el trabajo aquí presentado es un trabajo exploratorio que indaga la percepción de una muestra de estudiantes de la escuela secundaria en tanto espacio de promoción y apoyo al desarrollo emprendedor; la propia percepción como emprendedores y el vínculo con el mundo del trabajo emprendedor.

Esta muestra de estudiantes no se propone ser representativa del universo de estudiantes de la escuela secundaria. Se tomaron 15 colegios siguiendo un criterio de distribución geográfica que abarcara distritos de distintas zonas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y, dentro de estos distritos, colegios que estén trabajando con el programa Junior Achievement, colegios que estén trabajando con el programa Generación Emprendedora y colegios que no estén trabajando con ningún programa de promoción del desarrollo emprendedor.

En este contexto se busca presentar cuál es la percepción que los estudiantes consultados tienen sobre el trabajo emprendedor, sobre ellos mismos como emprendedores y sobre el colegio secundario como instancia de promoción del desarrollo emprendedor. Se trata de un recorrido por la mirada de los jóvenes sobre sus representaciones y percepciones del mundo del trabajo emprendedor y del rol de su propia formación en el colegio secundario para su desarrollo en ese mundo.

El trabajo se propone relevar las expectativas de los estudiantes respecto a emprender como una opción de desarrollo personal y profesional; relevar la percepción del perfil emprendedor deseable, en términos de competencias y capacidades personales; relevar la auto percepción de los estudiantes en términos de sus capacidades emprendedoras; conocer la exposición de los estudiantes encuestados sobre distintas instancias de apoyo a emprendedores en la Ciudad, principalmente, aquellas promovidas por el GCBA y relevar la percepción y valoración de los estudiantes de su formación secundaria como un espacio de formación para el desarrollo emprendedor



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

No se trata de una evaluación del sistema educativo y/o de los programas de apoyo a emprendedores. Por el contrario, se trata de, en función de conocer la mirada de los jóvenes, identificar las oportunidades de este espacio clave en la educación para promover el desarrollo emprendedor en la Ciudad.

Breve marco conceptual

La importancia del desarrollo emprendedor es destacada desde distintas perspectivas conceptuales y del diseño y ejecución de políticas públicas. La relación entre el desarrollo emprendedor y el crecimiento económico ha sido sujeto de numerosas investigaciones en los últimos años, en especial a partir de la generación y disponibilidad de estadísticas comparables entre distintos países. Estas comparaciones permiten observar una relación positiva entre la tasa de actividad emprendedora y el crecimiento en el PBI¹ (Audretsch y Thurik, 2001; OCDE, 2001; Reynolds y otros, 1999, 2000, 2001).

La promoción del desarrollo emprendedor ha sido foco de políticas públicas en forma intensa desde mediados de los '80s, fundamentalmente preocupados por el alto desempleo y el estancamiento en el ritmo de crecimiento especialmente en Europa. El eje de la discusión se movió desde la macroeconomía hacia el análisis de los comportamientos de los agentes económicos en tanto nexos entre el nivel micro y macroeconómico. En ese contexto se verificó un renovado interés en la problemática de desarrollo emprendedor en general, y en las nuevas empresas y su relación con el crecimiento económico en particular. Así, la política pública se concentró en alentar y elevar las tasas de creación de nuevas empresas, esperando que esto impacte positivamente sobre el desempeño de los países.

En este sentido, los nuevos emprendimientos aparecen como protagonistas principales por su capacidad de generar innovaciones y por la ventaja que tienen sobre las organizaciones existentes para adaptarse a los continuos cambios que este nuevo contexto presenta. Varios estudios en distintos países muestran que las nuevas empresas son una importante fuente de crecimiento del empleo, de introducción de innovaciones, de revitalización del tejido productivo, de relanzamiento de los espacios regionales y de canalización de las energías creativas de la sociedad (Audretsch y otros, 2001; Audretsch y Thurik, 2001; Fölster, 2000; Kantis y otros, 2002, 2004; OCDE, 1999 y 2001; Reynolds y otros, 1999, 2000 y 2001; Thurik y Wennekers, 2001).

¹ Bajo ciertos supuestos, el Global Entrepreneurship Monitor muestra que aproximadamente un tercio de las variaciones en las tasas de crecimiento entre países se debe a diferencias en las tasas de actividad emprendedora (Reynolds y otros, 1999, 2000).



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

Otro punto interesante a destacar es que, a diferencia de lo que ocurrió en el pasado cuando las políticas de los distintos países guardaban cierta homogeneidad respecto a su enfoque, en la actualidad la respuesta desde la política ha sido mucho más rica y heterogénea, aún cuando hacia fines de la década del '90 se observa una transición general desde programas de promoción del desarrollo emprendedor muy focalizados en aspectos parciales del fenómeno hacia esquemas que incluyan una concepción estratégica más integral. En términos de instrumentos de política, esto se fue traduciendo en la transición desde un enfoque donde se trataba al desarrollo emprendedor como un aspecto más dentro del conjunto de iniciativas orientadas a las pequeñas y medianas empresas hacia un enfoque más específico que incluye un conjunto más articulado de acciones destinadas a operar sobre planos tales como el de la cultura, el sistema educativo y las competencias emprendedoras, la promoción de redes de apoyo, el financiamiento a nuevos y pequeños emprendimientos, entre otras (Lundström y Stevenson, 2002).

El Rol Emprendedor y su Legitimación

Así fue como el *rol emprendedor* fue ganando importancia en la concepción y conceptualización de la promoción del desarrollo emprendedor como estrategia para promover el desarrollo económico. En este sentido, más allá de los aportes conceptuales desde el campo de la economía, aportes de otras ciencias como la sociología o psicología fueron ganando importancia tanto para la comprensión del fenómeno como para la promoción del mismo.

En este sentido, resulta interesante tomar el aporte de A. Etzioni (1987). El foco principal de su trabajo está puesto en la contribución que tiene el desarrollo emprendedor en la sociedad en sentido amplio y no sólo en la economía de la misma.

Según este autor, la función social que tienen los emprendedores es la de adaptar y cambiar patrones sociales obsoletos (obsolescent societal patterns) por patrones más ajustados a la realidad de un ambiente constantemente en cambio². Si bien la función de los emprendedores es bastante simple de identificar no pasa lo mismo con sus características. Etzioni afirma que los emprendedores son un subgrupo dentro de la sociedad³. Al mismo tiempo, sus características y habilidades individuales varían de acuerdo al contexto

² La definición de patrón social incluye tanto patrones de relaciones como de organización y de modos de producción, así como de vinculación de las personas en el espacio social con nuevos problemas.

³ Esto mismo fue afirmado por varios autores entre los que destacan McClelland (1971) y Casson (1982)



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

histórico específico en el cuál se insertan los emprendedores y en el cuál realizan su función.

Una vez definido el rol y la importancia de los emprendedores para la sociedad, resta por responder cómo se promueve la aparición de más emprendedores. Al respecto, Etzioni señala que existen en parte factores internos a la sociedad y factores externos a la sociedad (cuando más rápido cambia el ambiente, más espacio hay para la función de los emprendedores). Entre los primeros, este autor focaliza en el que considera más significativo para ampliar la base de emprendedores y así aumentar la capacidad de adaptación de la sociedad: la legitimación social. Según Etzioni, ésta se refiere a "... un amplio conjunto de valores y costumbres que proveen aprobación moral de actividades específicas o instituciones más allá de si existe o no sanción legal..." (Etzioni, 1987: 182).

El nivel de legitimación influye sobre todos los aspectos del desarrollo emprendedor, afectando por sobre todas las cosas las preferencias de los individuos así como los "obstáculos", las instituciones y la asignación de recursos. Las fuentes de legitimación pueden ser: (i) el contacto con otras civilizaciones y la difusión de valores, (ii) cambios en el liderazgo político y en las elites intelectuales, (iii) movimientos sociales y (iv) el sistema educativo. A partir de esto se destaca la importancia de la legitimación social de la actividad emprendedora y el rol clave del sistema educativo en este desafío.

Contexto social y su influencia en el desarrollo emprendedor

En un línea similar a lo anteriormente planteado, A. Gibb y J. Ritchie (1982) postularon que el desarrollo emprendedor, más que un fenómeno con sus raíces en los aspectos personales, tiene su raíz en el contexto social en el que se desenvuelve el emprendedor. Según estos autores, la visión centrada en la persona falla en reconocer que es en el contexto social donde se determinan las ideas de nuevos emprendimientos. En tal sentido, el desarrollo emprendedor es mejor comprendido en términos de los tipos de situación y los grupos sociales a los que pertenecen los emprendedores.

Los emprendedores se van haciendo a partir de su interacción con otros y como resultado de una amplia gama de influencias tales como la clase social, el origen familiar, la educación, el perfil ocupacional, el estilo de vida, la experiencia laboral y el reconocimiento social. La creación de un emprendimiento es conceptualizada como una serie de pasos sin una secuencia lógica, pero que a partir del conocimiento del individuo y su contexto social, puede ser predicho en gran medida. En términos generales el proceso descrito por Gibb y Ritchie parte de la adquisición de motivación, luego pasa a



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

la búsqueda de una idea, la cual luego de ser validada, genera un movimiento de recursos que llevan a que se constituya una nueva organización.

Según su investigación, los elementos clave del proceso de gestación de un emprendimiento son la idea misma, los recursos, la habilidad del emprendedor y su nivel de motivación y compromiso. Naturalmente la importancia de cada uno de estos elementos no es constante a lo largo del proceso, sino que varía a medida que se va avanzando.

La importancia de las redes

En relación con esta mirada del proceso de gestación nuevos emprendimientos, se pueden incluir aquellos autores provenientes de la teoría de redes quienes conceptualizan al mismo, como un proceso de naturaleza colectiva (Johannisson, 1991). Según estos autores el rol de las redes, tanto formales como informales, es fundamental en todas las etapas del proceso de gestación. En especial, Birley (1985) ha encontrado que las redes informales juegan un rol decisivo en el intercambio de información, en la detección de nuevas oportunidades y en la obtención de recursos. De esta manera, las redes operan como un puente entre la estructura de oportunidades y el emprendedor, y entre éste y los recursos (Kantis, y otros, 2000).

La integración en el Evento Emprendedor

Otro modelo que se enmarca en la misma línea argumental que los anteriores y que es frecuentemente referenciado, es el de A. Shapero (1984). Según el autor, "...Cada formación de empresas es el resultado final de un proceso muy personal y el comienzo de otro... Se puede describir y conceptualizar, pero no es manejable por simple manipulación... he elegido definir la unidad de interés como el evento emprendedor." (Shapero, 1984: 23)⁴. La unidad de interés en este modelo es el evento emprendedor, mientras que los individuos o grupos que lo generan pasan a ser las variables independientes.

Operacionalmente, cada evento emprendedor está caracterizado por cinco actividades (Shapero, 1984):

- La toma de iniciativa,

⁴ "... Each of the company formations is the end result of one very personal human process and the beginning of another.... It is describable and recognizable, but it is not amenable to simple manipulation... I have chosen to define the unit of interest as the entrepreneurial event..."



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

- La reunión de recursos en una forma organizacional determinada para lograr ciertos objetivos,
- El manejo de la organización por sus fundadores
- Una relativa autonomía, y
- La toma de riesgo.

Más en profundidad, cada evento emprendedor es el resultado de dos decisiones individuales: la decisión de cambiar el actual estado de vida y la decisión de iniciar una nueva organización. La primera de ellas deriva de lo que puede llamarse un efecto de desplazamiento personal (personal displacement). El desplazamiento es un evento que ocurre en la vida de una persona y que dispara la decisión de cambiar el tipo de vida que llevaba hasta entonces. Aunque abundan ejemplos de efectos de desplazamiento negativos (push), tales como la pérdida del trabajo, la frustración en el actual empleo o el síndrome del "nido vacío", existen también efectos de desplazamiento positivos (pull) como aquellas empresas iniciadas por individuos que acaban de recibirse en la Universidad, que reciben una herencia o que se identifican con un emprendedor o emprendedora a quien quieren imitar.

Ahora bien, una vez decido el individuo a cambiar su estilo de vida, qué factores lo llevan a elegir la creación de una nueva empresa entre las diferentes opciones que se le pueden presentar. La elección de un determinado estilo de vida es el producto de dos percepciones: la viabilidad y deseabilidad de un tipo de vida dado, concretamente creer que se puede y querer hacerlo. La percepción de deseabilidad depende de la influencia de la cultura, la estructura socioeconómica, la familia, los pares, la educación y otras personas influyentes. Por tal motivo, tal como se señalaba unos párrafos más atrás, se observan mayores tasas de emprendedores entre aquellos países cuyas culturas valoran positivamente dicha actividad y donde las acciones relacionadas con esta actividad, tales como la toma de riesgos, la independencia y la innovación, son reconocidas por la sociedad. La influencia de la familia y de la educación sobre la deseabilidad de la opción de emprender es determinante.

Por su parte, la percepción de viabilidad es el resultado de una amalgama de conocimientos, recursos y la observación de otros. Por tal motivo, es muy probable que los individuos tiendan a establecer sus emprendimientos en aquellas actividades en donde hayan trabajado o sobre problemas que les sean cercanos.

Si bien los factores mencionados precedentemente, junto con la disponibilidad de recursos, son fuentes esenciales de la percepción sobre la viabilidad de la



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

opción empresarial, uno de los factores más importantes – quizás el más importante – se da a partir de los modelos de rol, viendo a los otros haciéndolo. Tal como sugiere Shapero, "...Este no es un caso clásico de modelos de rol. Esto es más el caso de ver a alguien como vos que lo hizo y que no es mejor que lo que sos..."(Shapero, 1984: 27)⁵.

Resumiendo, este enfoque sostiene que el proceso de creación de un emprendimiento es un evento único que comienza cuando un individuo o grupo de individuos decide cambiar su anterior tipo de vida. La elección de un nuevo estilo de vida dependerá de las percepciones de que quiere y puede lograr ese tipo de vida. Esas percepciones estarán influenciadas por los antecedentes culturales, la familia, los pares, la educación y la experiencia laboral previa del emprendedor.

Esta forma de conceptualizar el proceso empresarial permite identificar una serie de aspectos susceptibles de ser promovidos desde la política pública, que ayudarán a elevar la tasa de nacimientos de firmas. Encabeza esta lista, el sistema educativo, seguido por los medios de comunicación y formadores de opinión como difusores de modelos de rol.

El desarrollo emprendedor en la escuela media.

El desarrollo emprendedor específicamente en la educación secundaria está recibiendo gran atención, principalmente por el interés de los estudiantes en participar programas de formación para emprender (Kourilsky, 1995). Sostiene Filion (1994) que *"La escuela secundaria es el más determinante de los niveles educativos en el desarrollo del potencial emprendedor de los jóvenes. Allí, los estudiantes establecen un proceso de identificación y adquieren su propio sistema de aprendizaje. En otras palabras, es en el nivel secundario que se siembra la semilla emprendedora que crecerá más tarde."*

Asimismo, el autor afirma: *"La educación emprendedora en ese nivel no significa entrenar a los jóvenes en el armado de planes de negocios; significa alentarlos en el desarrollo de mentes abiertas y en el interés de tomar las riendas de su propio desarrollo. Esto significa alertarlos sobre la exigencia de la sociedad moderna que no solo les permitirá (o incluso forzará) hacerse cargo de ellos mismos sino que también podrán desarrollar un interés en su propio destino y ser motivados a conducirlo."*

⁵ "... This is not a classical case of role modeling. It is rather a case of seeing someone like yourself who did it who is no better than you are..."



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Un eje de trabajo en lo que se refiere al abordaje del desarrollo emprendedor en este espacio del sistema educativo refiere a la intención emprendedora. Se entiende que la intención emprendedora en esta etapa formativa es un buen predictor de sus acciones futuras (Fretschner y Weber, 2013). Este concepto refiere a los procesos de pensamiento configurados por el pensamiento racional o analítico y el intuitivo (Boyd y Vozikis, 1994). La intención es expresada en función de las actitudes que constituyen el vínculo entre la creencia y el comportamiento para las futuras oportunidades. Bird (1988) define la intención como una expresión de la mente que enfoca en que la realización de una persona tiene un tema específico y un determinado formato de experiencia.

Esto no se contradice con lo expresado anteriormente: en tanto el rol emprendedor tenga validación social mayor será la probabilidad que los jóvenes deseen dicho rol y solo en tanto se crean capaces de hacerlo realizarán las acciones que crean pertinentes para ubicarse en dicho rol. Esto implica, por un lado, conocer cuál es la representación que los jóvenes tienen del mundo emprendedor en el marco del mundo del trabajo. También resulta interesante saber cómo se ven a ellos mismos en tanto emprendedores y, finalmente, y desde estas dos apreciaciones subjetivas, como perciben y valoran la formación secundaria como promotora del desarrollo emprendedor.

Este trabajo toma estos ejes y los analiza a partir de una encuesta y entrevistas en profundidad en 15 colegios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Metodología

OBJETIVO GENERAL

Detectar las opiniones y representaciones de un conjunto de estudiantes del último año de colegios secundarios públicos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sobre el trabajo emprendedor, identificando sus percepciones y expectativas sobre el futuro personal y laboral, su dimensionamiento en el espacio más amplio del trabajo y su percepción del rol de la educación media en este contexto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Relevar las expectativas de los estudiantes respecto a emprender como una opción de desarrollo personal.
2. Relevar la percepción del perfil emprendedor deseable, en términos de competencias y capacidades personales.
3. Relevar la auto percepción de los estudiantes en términos de sus capacidades emprendedoras.
4. Conocer la exposición de los estudiantes encuestados a distintas instancias de apoyo a emprendedores en la Ciudad, principalmente, aquellas promovidas por el GCBA.
5. Relevar la percepción y valoración de los estudiantes de su formación secundaria como un espacio de formación para el desarrollo emprendedor.

PROPUESTA METODOLÓGICA

Para el relevamiento de la información necesaria a fin de cumplir los objetivos previamente planteados, se realizó una encuesta en distintos colegios secundarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El instrumento de relevamiento es una encuesta semi estructurada con preguntas cerradas realizada directamente a los estudiantes del último año de 15 colegios secundarios seleccionados. Esta encuesta se realizó en forma asistida, es decir, los estudiantes contestaron las preguntas de forma independiente y fueron asistidos por encuestadores cuando se presentaron dudas en cuanto a la comprensión de la consigna de la pregunta o la comprensión conceptual de alguna pregunta o alguna opción dentro de una pregunta.

El cuestionario consta de cuatro secciones. La sección A) remite a el perfil del estudiante encuestado, la sección B) a la percepción y valoración del encuestado sobre la actividad emprendedora y el perfil emprendedor deseado,



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

la sección C) a la exposición del encuestado a distintos espacios de apoyo al desarrollo emprendedor y la sección D) a la percepción y valoración del encuestado sobre el aporte de la formación secundaria a sus expectativas y valoraciones para el desarrollo emprendedor.

En las secciones B, C y D se utilizan preguntas orientadas a relevar la valoración subjetiva de los encuestados respecto a las distintas temáticas tratadas. En el caso de la sección B, se relevó la percepción y valoración de la actividad emprendedora como opción de desarrollo personal y el perfil emprendedor en término de actitudes y habilidades valoradas (como una forma de aproximación a lo que se denominan "competencias emprendedoras"). Allí, los estudiantes respondieron preguntas donde proyectan su deseo de trayectoria de desarrollo una vez finalizado el colegio, por ejemplo, se les pregunta que intención tienen de trabajar en su propio emprendimiento una vez finalizado el colegio secundario (entre otras opciones) y ellos deberán ubicar esta opción en una escala tipo Likert de 7 opciones que van desde "0= Nada Interesado" hasta "6= totalmente interesado".

Asimismo, dentro de esta misma sección, contestaron preguntas que relevan la valoración de ciertas habilidades y actitudes que presentan amplio consenso respecto de su importancia para el desarrollo de nuevos emprendimientos. Las habilidades y/o actitudes que se relevaron están vinculadas con 7 competencias clave para el desarrollo de un emprendimiento: trabajar en equipo, asumir riesgos, ser responsable con los compromisos contraídos, saber liderar, armar y aprovechar redes de apoyo, ser creativo y ser persistente. Cada una de estas 7 competencias se expresa en dos actitudes o habilidades y se le pide a los encuestados que exprese su grado de identificación con hipotéticas personas que valoran positivamente cada una de dichas actitudes o habilidades. Por ejemplo, para identificar la valoración que los encuestados tienen respecto del trabajo en equipo, se les consulta el grado de identificación con una persona que "*cree que es mejor trabajar en equipo para resolver problemas complejos*" y con otra persona que "*Se siente cómodo/a compartiendo el trabajo con otras personas*". Esta identificación la expresan en una escala tipo Likert de 6 opciones que van desde "0= no se parece en nada a mí" hasta "5= se parece mucho a mí".

Como cada una de las opciones expresa una alta valoración positiva de alguna actitud o habilidad vinculada a una competencia, el grado de identificación, no revela la posesión o no de dicha habilidad o actitud sino su valoración subjetiva. Es decir, este tipo de preguntas no releva el perfil presente de los encuestados sino el perfil deseado de los mismos. Sin embargo, es una muy buena aproximación a la percepción subjetiva del perfil emprendedor.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

Una vez que los estudiantes expresaron su valoración y deseos en cuanto a perfil personal emprendedor en la sección B, en la sección D de la encuesta se les consulta sobre la percepción que estos tienen de la formación recibida en el colegio en función de esas valoraciones y deseos. Por ejemplo, en la sección B se les pide que elijan las cuatro capacidades personales que considera clave para crear un nuevo emprendimiento, y tienen que elegir entre: trabajar en equipo, asumir riesgos, ser responsable, saber liderar, armar y aprovechar redes de apoyo, ser creativo y ser persistente. En la sección D, se les consulta cuál es su percepción en cuanto a las herramientas que le brindó la formación secundaria para las mismas 7 características de la sección B. Los estudiantes elijen en una escala tipo Likert entre 4 opciones que van desde "ninguna herramienta" hasta "Más de las que puedo aprovechar".

De esta forma, se tiene la posibilidad de contrastar la percepción respecto del perfil emprendedor deseado y valorado para los estudiantes y su percepción y valoración de la formación secundaria en ese mismo perfil.

Como complemento a las encuestas, se realizaron entrevistas en profundidad a un estudiante por colegio visitado. Esto permite contrastar los datos cuantitativos con impresiones cualitativas de los mismos estudiantes.

La siguiente tabla vincula línea de indagación y dimensiones del trabajo exploratorio.

Línea de indagación	Dimensiones
1. Expectativas respecto de la opción de emprender como opción de desarrollo personal y profesional	<ul style="list-style-type: none">• Contacto con emprendedores cercanos.• Valoración de estas experiencias
2. Percepción del perfil emprendedor deseable	<ul style="list-style-type: none">• Intención de emprender.• Motivaciones a emprender.• Percepción de dificultades para el desarrollo del propio emprendimiento.• Autovaloración como emprendedor
3. Percepción de competencias emprendedoras	<ul style="list-style-type: none">• Valoración de competencias emprendedoras: trabajar en equipo – asumir riesgos- ser responsable- liderar- redes de apoyo- ser creativo- ser persistente.• Identificación de dichas características



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

	<p>como deseables.</p> <ul style="list-style-type: none">• Autoeficacia emprendedora.
4. Exposición y/o conocimiento de instancias de apoyo a emprendedores en la Ciudad	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de distintos programas de apoyo a emprendedores en la Ciudad de Buenos Aires.• Contacto con instancias de apoyo locales (dentro o fuera del colegio).
5. Valoración de la formación secundaria para el desarrollo emprendedor	<ul style="list-style-type: none">• Identificación y valoración de la formación secundaria como formación para emprender• Valoración subjetiva de la formación recibida en función de las expectativas y valoraciones de desarrollo personal y profesional.



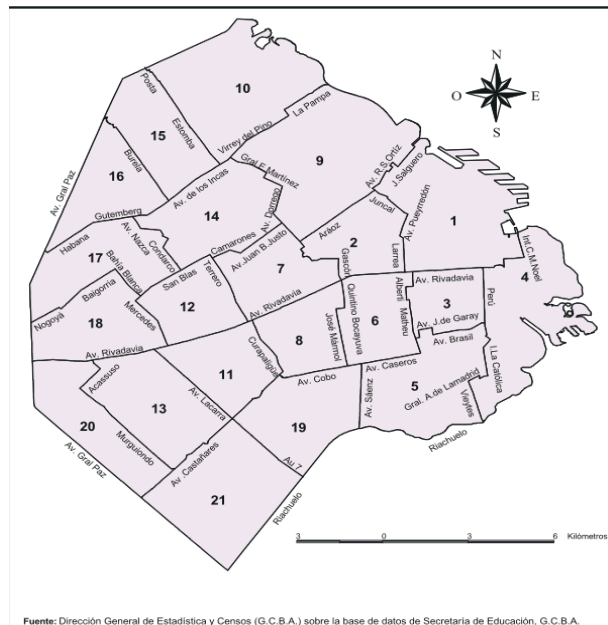
GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Descripción de la muestra

La encuesta se realizó en 15 escuelas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). Es importante aclarar que la composición de la muestra no pretende ser representativa del universo de estudiantes de nivel secundario de los colegios públicos de la Ciudad. Para la selección de las escuelas se tomaron en cuenta los distritos a los que las escuelas pertenecen y, por cada distrito seleccionado, se toma una escuela que esté participando en el programa Generación Emprendedora (GE), otra escuela que esté participando en el programa Junior Achievement (JA) y otra escuela que no esté con alguna iniciativa de promoción de la actividad emprendedor.

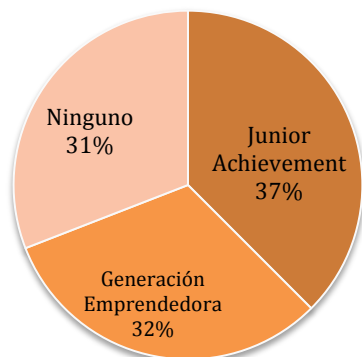
Se tomaron escuelas de los Distritos Escolares 1, 8, 10, 13 y 14. Para la selección de dichos distritos se tomó como primer criterio que existieran colegios con los tres perfiles (con JA, con GE y sin nada) y, como segundo criterio, el de una distribución geográfica que permitiera tener colegios del norte, oeste, sur, este y centro de la Ciudad. Los distritos seleccionados son los que presentan las mejores condiciones en función de dichos criterios.



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (G.C.B.A.) sobre la base de datos de Secretaría de Educación, G.C.B.A.

En total se entrevistaron a 272 estudiantes del último año del nivel secundario de los distintos colegios.

Gráfico 1: Distribución de estudiantes encuestados por tipo de programa



El 37% de los encuestados forma parte de un colegio que trabaja con Junior Achievement, el 32% forma parte de un colegio que trabaja con Generación Emprendedora y el



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

31% restante forma parte de un colegio que no recibió acciones de JA o GE (Gráfico 1).

La caracterización de los programas se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Caracterización de los programas

Junior Achievement	<p>fundación educativa internacional sin fines de lucro, creada en Estados Unidos en 1919. Su misión es generar en los jóvenes el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus metas en un marco de responsabilidad y libertad. Actualmente sus programas se dictan en 121 países.</p> <p>En Argentina opera desde 1991 y cuenta con sedes en CABA, Córdoba, Mendoza, Rosario, Salta, Tucumán y Misiones. De esta manera ha alcanzado con sus programas a más de 700.000 alumnos de entre 5 y 21 años provenientes de instituciones educativas públicas y privadas de todo el país.</p> <p>Tienen distintos programas que incluyen al nivel primario y secundario y, dentro de estos, en distintos rangos etarios y distintas estrategias metodológicas.</p>
Generación Emprendedora	<p>Iniciativa nacida del trabajo conjunto del Ministerio de Desarrollo Económico y de Educación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires orientada a estudiantes de 4º, 5º y 6º año de escuelas medias y técnicas, públicas y privadas de la Ciudad.</p> <p>El programa se propone concientizar acerca de las capacidades emprendedoras que hay en cada uno de los estudiantes para estimular su desarrollo. Consta de media jornada de trabajo en el Centro Metropolitano de Diseño, donde estudiantes y docentes participan de talleres de trabajo, actividades lúdicas, charlas y seminarios con emprendedores y referentes del sector, quienes comparten sus experiencias. Por otro lado, el programa cuenta con un curso de formación sobre habilidades emprendedoras para los docentes.</p> <p>El programa se desarrolla en colaboración con Asociación Civil Emprepar, Asociación Ashoka, Universidad Abierta Interamericana, Fundación Gutenberg, Junior, Achievement, Asociación INICIA; Asociación Empresaria Argentina y Asociación Civil Contribuir</p>



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

En cuanto a la composición de género de la muestra se encuentra una distribución equilibrada entre varones y mujeres, donde el 49,6% son mujeres y el 50,4% son varones. Esto es coherente con las estadísticas generales del país y particulares de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que muestran que el acceso a la educación media es equilibrada en lo que a género se refiere.

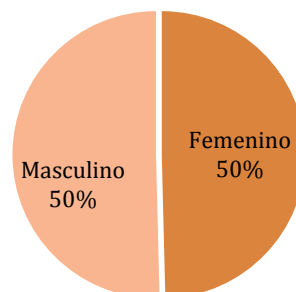
El 88% de los encuestados viven con su papá y su mamá, el 7% con su mamá y apenas el 2% con su papá. En el 88% de los hogares además viven con al menos un hermano/a.

En el 99% de los hogares viven con al menos una persona que trabaja, siendo la situación más frecuente la de dos personas que trabajan (en el 43% de los hogares). Por su parte, en el 24,6% de los hogares hay al menos una persona que busca trabajo y, dentro de este subconjunto, la situación más frecuente es la de una sola persona buscando trabajo (en el 84% de los hogares).

El máximo nivel educativo de sus padres, los dos más frecuentes son secundario completo (situación del 21% de los encuestados) y universitario completo (situación del 20,5% de los encuestados) mientras que en las situaciones menos frecuentes se encuentran padres con terciario incompleto (3,4% de los casos) y con primario incompleto (situación del 4,9% de los casos).

En cuanto a las madres, el máximo nivel educativo más frecuente es el de universitario completo para el 22,6% de los casos, seguido por secundario incompleto en el 17,8% de los casos. Primario incompleto (en el 4,4% de los casos) y terciario incompleto (en el 5,2% de los casos) son los máximos niveles alcanzados menos frecuentes (Ver gráfico 3).

Gráfico 2: composición de genero



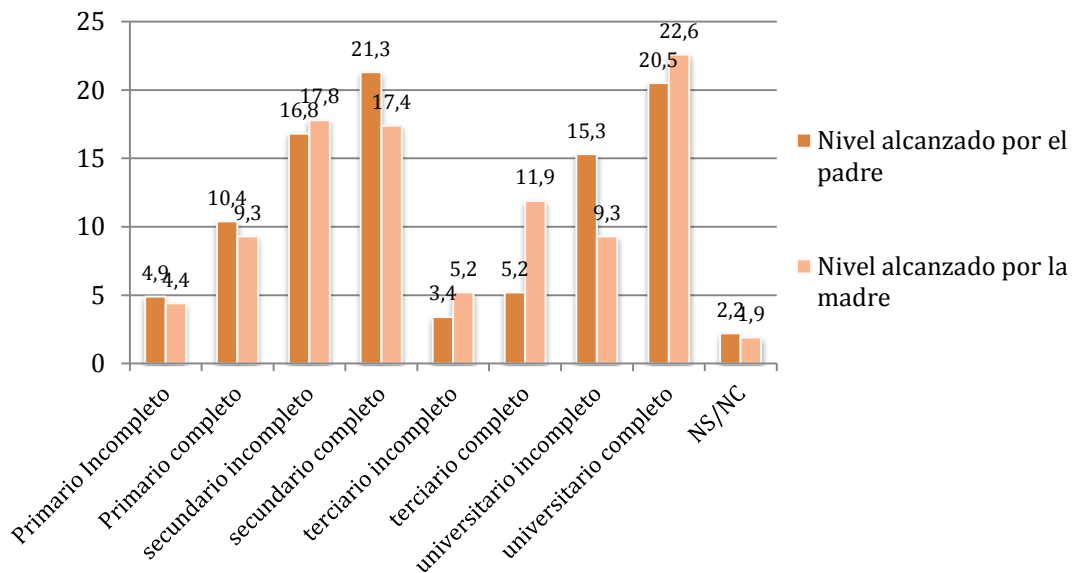


GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Respecto de sus expectativas una vez finalizado el colegio, el 64,3% de los encuestados tiene pensado trabajar y estudiar una vez finalizado el colegio, seguido por el 22,4% que espera dedicarse exclusivamente a estudiar mientras que solo un 2,2% espera trabajar sin seguir estudiando. Por su parte, la opción menos frecuente fue la de seguir estudiando un profesorado no universitario, opción que esperan menos del 2% de los encuestados.

Gráfico 3: Nivel educativo del padre y la madre

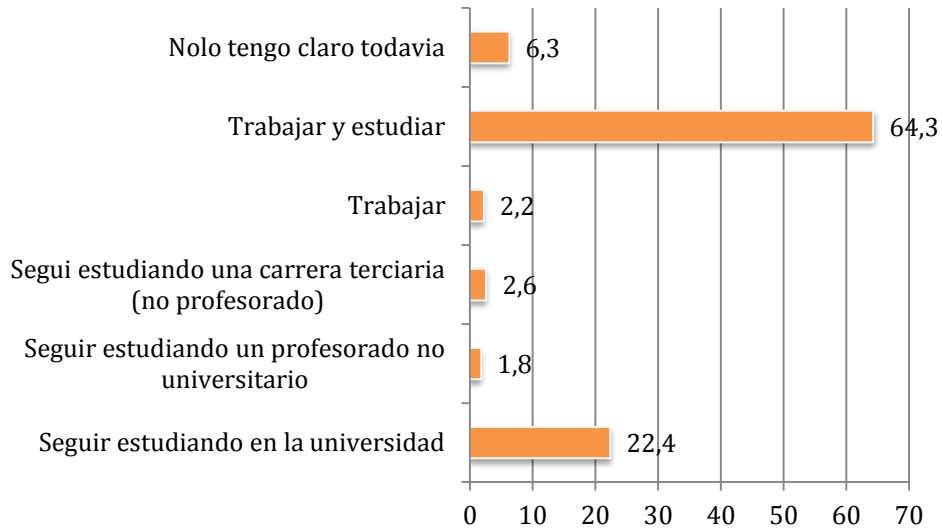




GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Gráfico 4: Expectativas una vez finalizado el colegio





GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Vínculo con y percepción del trabajo emprendedor.

Entrevistador: *"¿Pensaste alguna vez en tener tu propia empresa, emprendimiento o comercio?"*

Estudiante: *"Nunca lo pensé, ojalá que sí!"*

(entrevista realizada en el marco de este trabajo)

Consultados los estudiantes sobre grado de interés entre distintas alternativas de trabajo, Cerca del 70% de los consultados consideró que está entre "totalmente interesado/a" y "moderadamente interesado/a" en la alternativa de trabajar en una empresa privada, seguido por la alternativa de crear su propia empresa donde el 54% de los encuestados manifestó estar entre total y moderadamente interesado/a. El 45,2% de los/as encuestados/as puso en este lugar de su interés a la alternativa de trabajar en la administración pública; el 33,5% se expresó así respecto de la posibilidad de trabajar en una ONG y la alternativa menos interesante es la de crear una ONG ubicada entre "totalmente interesante" y "moderadamente interesante" por solo el 22,5% de los/as encuestados/as.

Es interesante el dato de que la mitad de los/as encuestados/as considera que la alternativa de crear su propio emprendimiento es interesante. Esta puede ser una primera aproximación a uno de los factores que Shapero indica como una de las condiciones subjetivas necesarias para que una persona emprenda: el deseo de hacerlo. Si bien aquí no se está midiendo estrictamente el deseo de estos estudiantes de emprender creando su propia empresa, la manifestación de que esta es una opción interesante expresa cierto potencial para que el tema sea trabajado en profundidad promoviendo ese deseo.

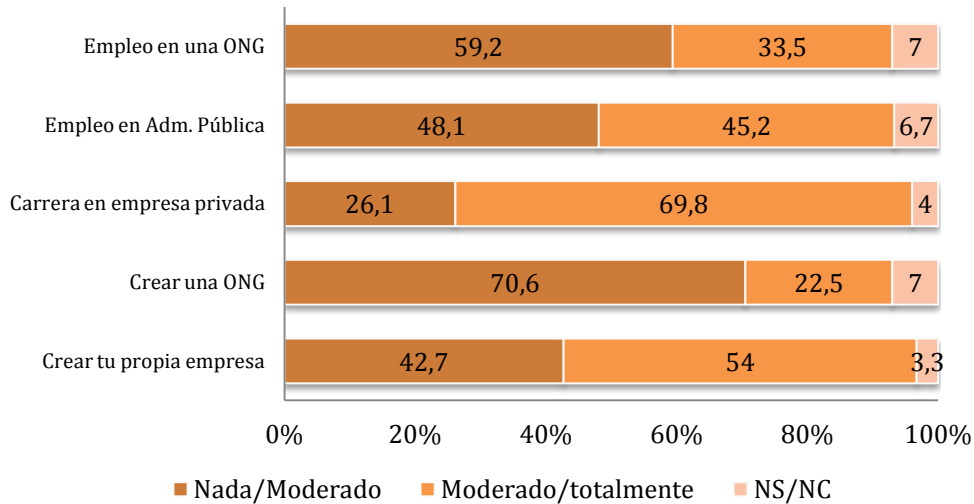
Otros estudios realizados en nivel universitario muestran distintos porcentajes de interés dependiendo, entre otras cosas, de los perfiles de carrera. Así, en las ingenierías cerca del 60% de los estudiantes de último año de dichas carreras en el país manifiesta su voluntad de emprender una vez finalice sus estudios (Kantis y Federico, 2012), por su parte, en carreras vinculadas a las ciencias empresariales y económicas e indagados estudiantes de los primeros años de dichas carreras este interés cae al 30% de los mismos (Liseras, Gennero de Rearte y Graña, 2003).



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

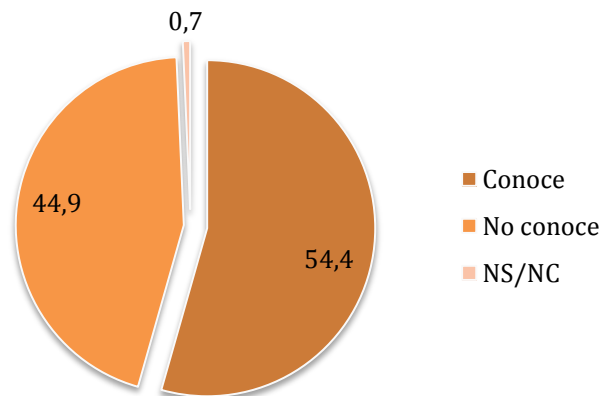
Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

Gráfico 5: Interés por alternativa de trabajo



Tomando en cuenta lo expresado por diferentes autores presentados en el breve marco conceptual, la cercanía con ejemplos emprendedores es un factor que, sumado al interés por emprender, puede favorecer la percepción de deseabilidad y factibilidad (determinantes para el desarrollo de un nuevo emprendimiento). En este sentido, el 54% los/as encuestados/as manifiesta conocer personalmente a un/a emprendedor/a (ver gráfico 6).

Gráfico 6: Conoce personalmente un/a emprendedor/a



Sin embargo, la identificación necesaria para que un ejemplo emprendedor sea considerado un *rol model*, es decir, alguien a quien una persona valora y quiere ocupar un rol social similar, está influenciada por una serie de factores tales como el género, la edad, la posición socio económica, incluso la cercanía geográfica (Gibson, 2004; Bell, 1970; Kagan, 1958). Dicho de manera sencilla:



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

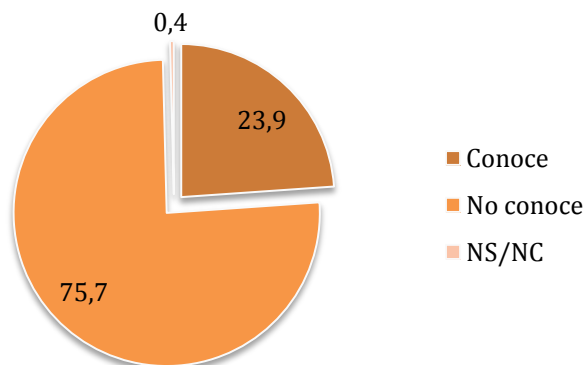
cuanto más parecidas son las personas, más influyente es la trayectoria de una sobre la otra.

En este sentido, cuando se les consultó a los estudiantes sobre si conocían emprendedores de su edad, más del 75% contestó que no conoce a emprendedores con esta característica. Esto es, en buena medida, esperable dado el perfil de los encuestados: menores de 18 años, en plena etapa de su proceso formativo en el colegio secundario.

Dos datos resultan llamativos aquí: por un lado, que un 24% conozca a emprendedores de su edad (en función de lo dicho anteriormente) y, por el otro, como, mayormente y al menos entre los encuestados, estos jóvenes no se definen como "emprendedores" o no definen como tales a su entorno de amigos y conocidos en el mismo rango etario.

En esta línea, y en el marco de las entrevistas en profundidad realizadas a estudiantes de los colegios y cursos encuestados, frente a la consulta de si conoce a algún/a emprendedor, uno de ellos manifiesta: **"Conozco al viejo - sic- de alguien que empezó un emprendimiento. Él como persona, es genial lo veo y siempre aprendo algo nuevo, contagia entusiasmo"**. Esta reflexión es representativa de lo expresado por los distintos estudiantes entrevistados. Por otro lado, cuándo se le consultó que opinaba del rol de los emprendedores en la sociedad respondió: **"El emprendedorismo, trae innovación, trae nuevas cosas, no te pueden traer siempre lo mismo, cada nueva persona te tiene que traer algo nuevo y eso sirve para progresar"**. En esta misma línea, otro estudiante expresó **"Hoy, por ahí un poco más**

Gráfico 7: Conoces personas de tu edad que hayan comenzado su emprendimiento



deteriorado, pero que somos un país que va para adelante, más que antes, de emprendedores. Los argentinos somos de ir para adelante."

Profundizando el análisis sobre el contacto que los estudiantes tienen con emprendedores, se les consultó sobre la facilidad de acceso a información sobre emprendedores en

distintos contextos (ver gráfico 8). Es interesante notar que el espacio que los

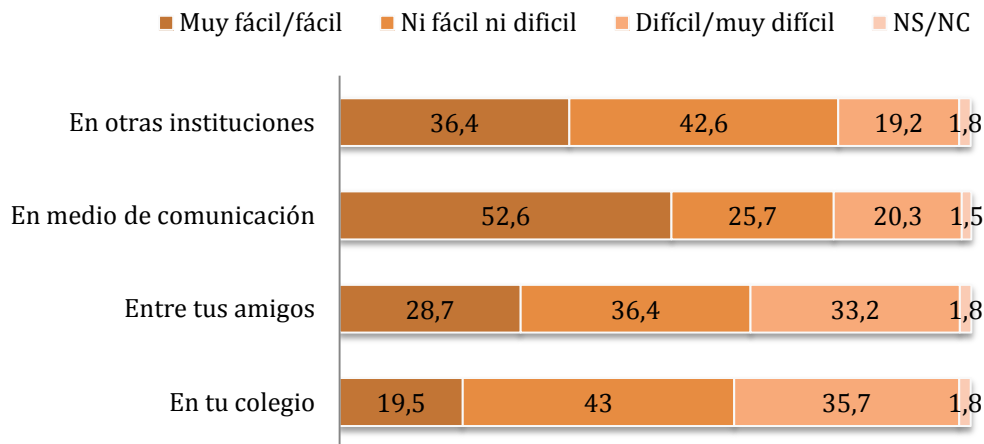


GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

estudiantes definieron como el más difícil para encontrar información sobre emprendedores es, precisamente, el colegio. En el otro extremo, el espacio que aparece mencionado como el más fácil para encontrar información sobre emprendedores es en los medios de comunicación.

Gráfico 8: facilidad de acceso a información de emprendedores



Varias cosas interesantes se desprenden de esta información. En primer lugar, que los medios de comunicación sean indicados como la fuente más fácil para obtener información sobre emprendedores está en concordancia con varios estudios que muestran que en Argentina los principales promotores de una cultura más receptiva de la actividad emprendedora (eje fundamental de la validación del rol emprendedor, como se señalara anteriormente), por citar uno, el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (Kantis, Federico e Ibarra García, 2014) de reciente publicación indica que los medios de comunicación se han transformado en uno de los principales promotores de la actividad emprendedora, colaborando a validar este rol y promoviéndolo como deseable. En función de lo expresado por los estudiantes, este rol de los medios de comunicación y su efectiva estrategia queda evidenciado.

Por otro lado, el colegio secundario tiene un rol trascendental en este mismo espacio. Como parte del ciclo básico formativo, el colegio secundario promueve modelos sociales deseables para la vida moderna. Que los estudiantes indiquen que en sus colegios es difícil conseguir información sobre emprendedores no determina (por las características propias de la muestra y por los objetivos de este trabajo) que el colegio no sea efectivo en la tarea de promover el rol emprendedor como uno deseable en esta sociedad, sin embargo enciende ciertas luces de alarma respecto de la perspectiva que



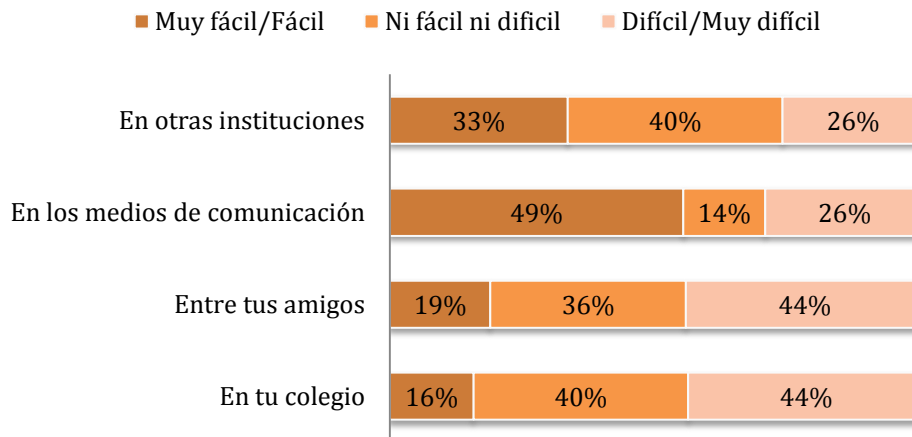
GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

tienen los estudiantes sobre este espacio (sin duda, uno de los más importantes en sus vidas) con respecto al mundo emprendedor. Es decir, más allá de que este dato exclusivamente no puede ser concluyente, si representa un dato sobre el que hay que tomar nota si se pretende desarrollar una cultura de apoyo y validación de la actividad emprendedora.

Si se observa con mayor detalle y analizamos como respondieron esta pregunta según en su colegio estén recibiendo servicios de Junior Achievement, Generación Emprendedor o no estén recibiendo ningún programa de promoción del desarrollo emprendedor se encuentra un dato muy interesante. En los colegios que participan en JA o GE se mantiene la tendencia general y es el colegio el lugar señalado como "más difícil" para conseguir información sobre emprendedores. Sin embargo, en los colegios que no participan en ninguno de estos programas el lugar indicado como más difícil para conseguir información es entre su grupo de amigos y entorno cercano y no el colegio. Incluso más, de los tres perfiles de estudiantes encuestados (con JA, con GE y sin programa de apoyo al desarrollo emprendedor) los que indicaron con menor frecuencia al colegio como el lugar más difícil son, justamente, los que no están recibiendo algún programa de apoyo al desarrollo emprendedor (ver gráficos 9, 10 y 11).

Gráfico 9: facilidad de acceso a información de emprendedores en colegios con Junior Achievement





GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Gráfico 10: facilidad de acceso a información de emprendedores en colegios con Generación Emprendedora

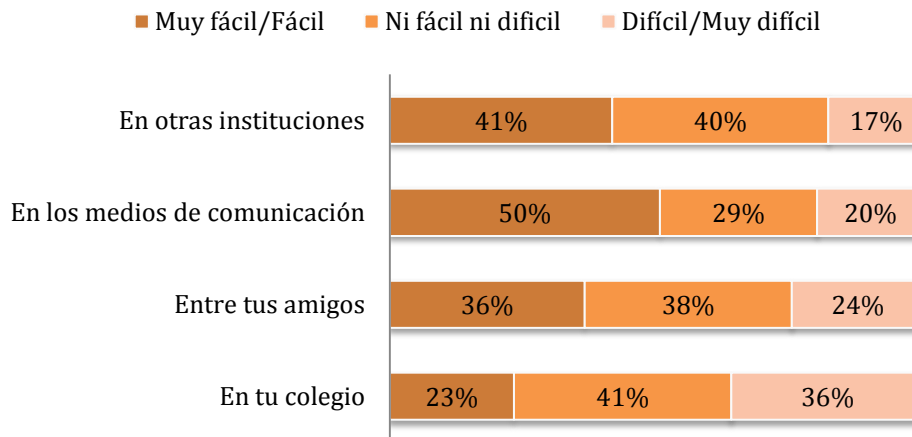
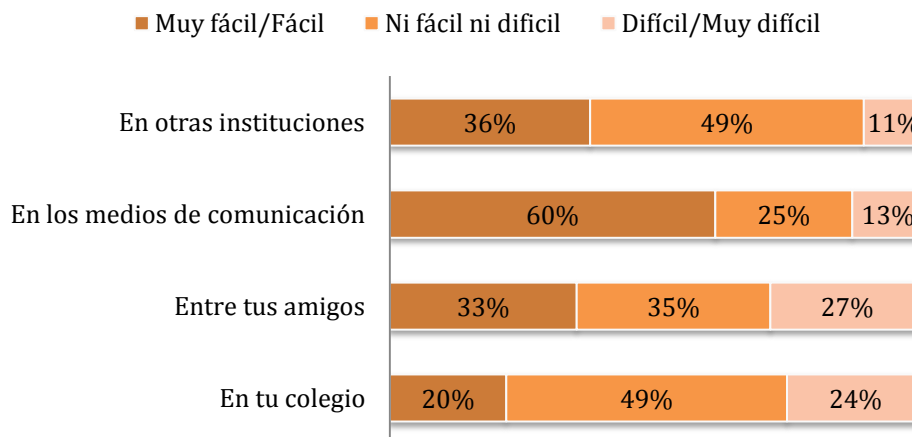


Gráfico 11: facilidad de acceso a información sobre emprendedores en colegios sin programa de apoyo



Resulta importante destacar que la participación de los estudiantes en JA y GE es optativa. Asimismo, en cuanto a GE no todos los cursos de un colegio participan del programa. Por esta razón, más allá de que el colegio participa de alguno de estos programas, puede que una parte importante de los estudiantes encuestados no haya participado de las actividades propuestas por dichos programas (ya sea por haberse negado voluntariamente a participar o porque su curso no estuvo trabajando con alguno de los programas).



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Igualmente, pueden sugerirse algunas hipótesis para explicar estos resultados:

1. En los colegios que reciben asistencia de JA o GE la curiosidad de los estudiantes es mayor a la de los estudiantes en colegios donde no reciben este tipo de programas, por lo que su búsqueda de información sobre emprendedores es más compleja y, por lo tanto, excede a lo que pueden ofrecer los colegios siendo estos marcados como un lugar donde es difícil conseguir la información que demandan. Esta hipótesis estaría indicando que los programas JA y GE son eficaces en su estrategia de motivación para emprender, al despertar una mayor curiosidad entre los estudiantes.
2. Efectivamente los estudiantes en los colegios que no participan en algún programa de apoyo a emprendedores tienen más facilidad de acceso a información sobre emprendedores con respecto a otros espacios. Esta hipótesis estaría indicando cierta ineficacia en los programas JA y GE en su estrategia de motivación.

En cualquier caso, el colegio no aparece como una referencia a la hora de conseguir información sobre emprendedores. Más allá de las características de la demanda de los estudiantes de este tipo de información (es decir, si efectivamente demandan o no información de este tipo), el dato interesante es que los estudiantes no ubican al colegio como un espacio de referencia. Esto no significa que los colegios no estén trabajando este tipo de temáticas u ofreciendo esta información, sino que esto, en caso que suceda, no es percibido como tal por los estudiantes. Es decir, esto habla mucho más de la visión que los estudiantes tienen del colegio que de las actividades del colegio en sí mismas.

Será importante tomar nota de este dato y promover una más efectiva comunicación del colegio secundario como un espacio como un espacio de promoción de la cultura emprendedora.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires existen diferentes espacios de promoción y apoyo a la actividad emprendedora, algunos de ellos son referentes a nivel internacional como las actividades que desarrolla el Centro Metropolitano de Diseño y, en particular, la incubadora de empresas de diseño INCUBA. Además de esta incubadora, el GCBA tiene otra incubadora en este caso para emprendimientos de base tecnológica: BAITEC.

Junto con estos espacios se encuentran BAEmprende, Desarrollo Emprendedor, el programa de Consultoría y Orientación para Emprendedores (COE), que se integran al mencionado Generación Emprendedora. Si bien



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

estos programas no están orientados para jóvenes en edad de colegio secundario (salvo, obviamente, Generación Emprendedora), el conocimiento de estos espacios de apoyo a emprendedores tiene una importancia clave en la disposición a emprender por parte de los sujetos. Siguiendo lo expresado por Shapero citado anteriormente, la existencia, conocimiento y efectividad de instancias de apoyo al desarrollo de emprendimientos permite que las personas puedan percibir como factible la ilusión de crear su propio emprendimiento.

En esta línea se consultó a los estudiantes sobre si conocían o no estas instancias (gráfico 12). No es sorprendente el dato que la mayoría de estos programas no sean conocidos por los estudiantes, fundamentalmente por lo antes dicho respecto del *target* de estos programas y el de la encuesta.

Gráfico 12: conocimiento de programas de apoyo a emprendedores en CABA

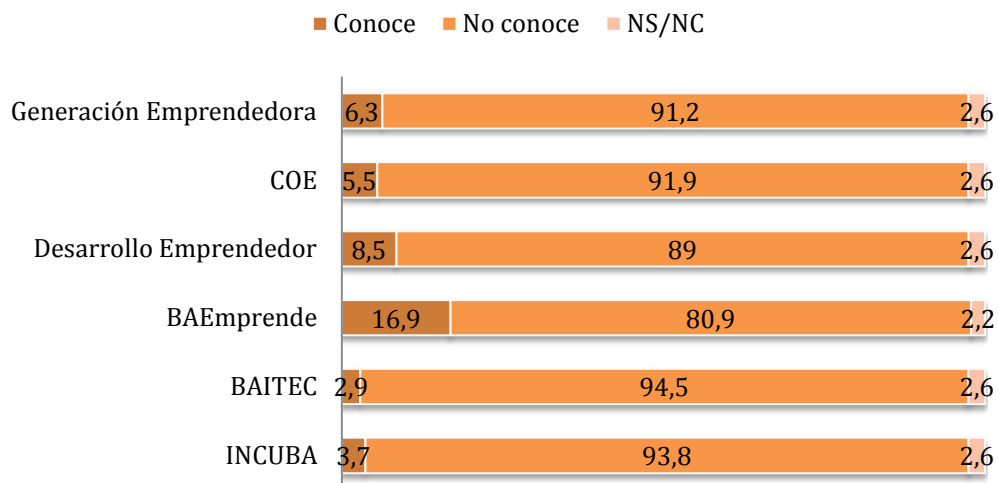
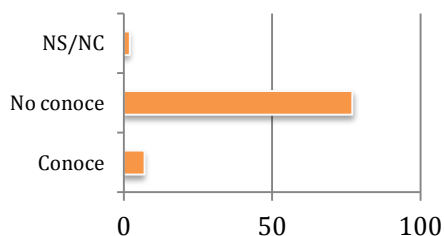


Gráfico 13: Conoce Generación Emprendedora



El dato llamativo, quizás, sea el poco conocimiento que hay del programa Generación Emprendedora. Este programa, como se dijo anteriormente, está enfocado a estudiantes de colegios secundarios de la Ciudad y, de hecho, en 32% de las encuestas realizadas se hicieron a estudiantes en los colegios donde GE tiene acción directa.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

En este punto es importante destacar que GE es un programa de participación optativa que se ofrece a los estudiantes en los dos últimos años del colegio y a algunos cursos dentro del mismo colegio. Por esta razón, es posible que los estudiantes encuestados no hayan participado de las actividades de GE aunque se hayan desarrollado en su colegio.

Esto no quita lo llamativo del dato que, a pesar no haber participado directamente de dichas actividades, no conocen que dicho programa se está ejecutando en su colegio. Este dato, al menos, evidencia cierta ineficacia del Programa en cuanto a su estrategia comunicativa.

Percepción del trabajo emprendedor.

Como pudo verse, el vínculo de los jóvenes con el mundo emprendedor es bajo⁶. Esto lleva a que las representaciones que se hagan del mismo estén mediadas por la mirada que sobre este tiene los distintos medios por los que, indirectamente, llegan a este mundo.

Se le consultó a los estudiantes sobre cuáles creen ellos que son las principales dificultades para la creación de un emprendimiento (ver gráfico 14). Destaca que el 65% mencionó como una de las mayores dificultades la falta de capital inicial, seguido por la falta de conocimiento y/o experiencia (41% de las menciones), la irregularidad en el régimen de ingresos para el emprendedor (29% de las menciones) y la excesiva competencia y el miedo al fracaso en el cuarto lugar con el 26% de las menciones.

Entre las menos mencionadas se encuentran la perspectiva de que es mejor trabajar en una empresa y el no tener un ingreso mínimo asegurado con el 14% de las menciones, la posibilidad de tener que lidiar con problemas con el personal contratado (con el 12% de las menciones), no tener asegurado un ingreso por jubilación a la edad de retiro (mencionado por el 10% de los encuestados) y la de menor cantidad de menciones es la imagen negativa del empresario identificada como dificultad solo por el 7%.

Varios elementos interesantes se desprenden de estas respuestas. En primer lugar, destacan entre los factores identificados como mayores dificultades factores de contexto y/o característicos de la dinámica emprendedora como el acceso al capital, la competencia o la regularidad de los ingresos, frente a

⁶ Anteriormente se mostró que alrededor de 1 de cada dos estudiantes conoce personalmente un/a emprendedor/a y que les resulta difícil conseguir información sobre emprendedores en su entorno cercano y el colegio.



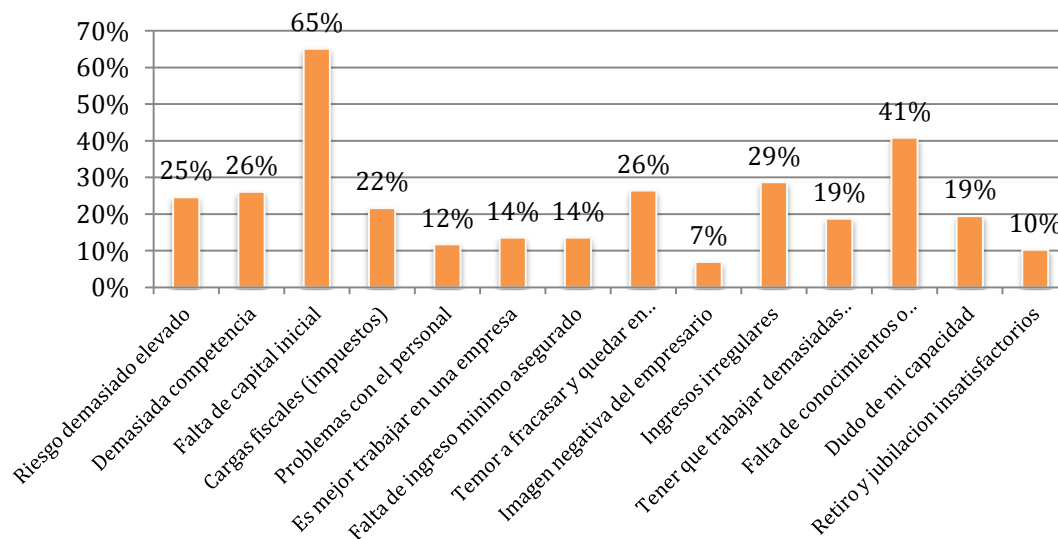
GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

factores subjetivos como la falta de conocimiento o experiencia, la preferencia por el trabajo como empleado o el temor al fracaso.

En segundo lugar, entre los factores subjetivos los más mencionados son, justamente, la falta de preparación y el miedo al fracaso, y entre los menos mencionados están la mirada del empresario como sujeto social y la preferencia por el trabajo empleado. Esto es coincidente con varios estudios que indican que, si bien se han logrado fuertes avances en la región para validar la imagen del empresario y su rol en la sociedad, todavía resta lograr avances respecto del trato y el vínculo con el fracaso, elemento de presencia protagónica en el proceso de generación de emprendimientos (Kantis y otros, 2000; Kantis, Federico e Ibarra García 2014).

Gráfico 14: Mayores dificultades para la creación de un emprendimiento



En tercer lugar, factores como la irregularidad en los ingresos o no tener ingresos asegurados no tienen un peso relativo importante entre las dificultades para emprender. Este dato es muy interesante porque muestra el enfoque que tienen los estudiantes sobre la actividad emprendedora donde, más allá de las dificultades en lo que hace a la generación de ingresos (uno de los elementos más contundentes a la hora de poner al trabajo empleado como preferible frente al trabajo emprendedor) no es esto percibido como una dificultad fuerte por la gran mayoría de los encuestados (no llega el 30% de las menciones).



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

En esta línea, también se les consultó a los estudiantes cuál sería su principal motivación a emprender en un gradiente entre "emprender por falta de trabajo" y "emprender para aprovechar una oportunidad". Si bien la pregunta refiere a una situación hipotética y esto relativiza la respuesta, es interesante notar que incluso en ese caso un 25% de los estudiantes entiende que, de emprender, lo haría más como respuesta a la falta de empleo que motivados por una oportunidad.

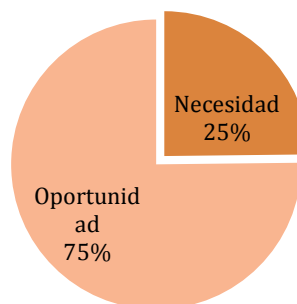
Al mismo tiempo, es alentador descubrir que en ese mismo contexto, una parte muy importante de los encuestados emprendería en función de poder aprovechar una oportunidad antes que en respuesta a la necesidad de empleo.

Esto es coherente con lo expresado anteriormente donde los estudiantes no ponderan como una de las mayores dificultades las vinculadas a los ingresos de la actividad emprendedora. Asimismo, la motivación a emprender es un elemento clave en el perfil del emprendimiento creado: cuando la motivación a emprender es positiva (aprovechar una oportunidad) los emprendimientos tienen mejores probabilidades de crecer y sostenerse en el tiempo contra los emprendimientos que surgen a partir de motivaciones negativas (la necesidad de generar ingresos) que, en general, se sostienen menos en el tiempo, crecen poco en escala (facturación y cantidad de empleados) y, normalmente, tienen un impacto muy bajo en el desarrollo económico (Audretsch y otros, 2001; Audretsch y Thurik, 2001; Fölster, 2000; Kantis y otros, 2002, 2004, Shapero, 1984).

Lo hasta aquí expresado muestra que los estudiantes consultados tienen un vínculo que puede caracterizarse como poco fluido y frecuente con el mundo emprendedor, incluso para este momento de sus vidas. Una parte muy importante de ellos tiene expectativas de estudiar y trabajar finalizado sus estudios, conocen emprendedores y acceden a información de emprendedores en medios de comunicación.

La escuela y sus grupos de pertenencia no aparecen como fuentes de referencia sobre este mundo, no conocen las

Gráfico 15: Motivación para emprender





GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

instancias de apoyo que ofrece el GCBA incluso en los colegios donde hay acciones concretas del programa GE.

Desde este lugar, los estudiantes afirman que, de emprender, lo harían más motivados por una oportunidad que por la necesidad de generar ingresos. En ese marco, las principales dificultades que suponen encontrarían sería la de acceder al capital financiero y la falta de preparación y experiencia en el mundo del trabajo emprendedor.

Conociendo la percepción que los estudiantes tienen del mundo emprendedor, resulta interesante indagar sobre su propia percepción como emprendedores. En la siguiente sección se analizan los principales hallazgos en esta línea de indagación.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

La percepción de los estudiantes como emprendedores.

“yo creo que alguien que tiene en mente hacer un emprendimiento tiene que tener iniciativa para hacerlo y tener los medios para hacerlo o saber cómo conseguirlos. Si quiero hacer una empresa de software tengo que saber yo cómo laburar o tengo que conocer gente que sepa cómo laburar y contratarla, saber los espacios y tener la iniciativa de seguir adelante, sino al primer traspie lo dejás de lado” (mirada de un estudiante entrevistado en el marco de este trabajo)

Como se mencionara anteriormente, la alternativa de crear su propia empresa como alternativa de trabajo es la segunda en interés (después de la alternativa “trabajar en una empresa privada) elegida por el 54% de los estudiantes y la alternativa crear una organización sin fines de lucro (que completa la definición de “emprender” en el marco de este análisis). Se ha presentado también el vínculo y la percepción del trabajo emprendedor que tienen los estudiantes consultados, resulta interesante ahora analizar cómo se ven a sí mismos como emprendedores.

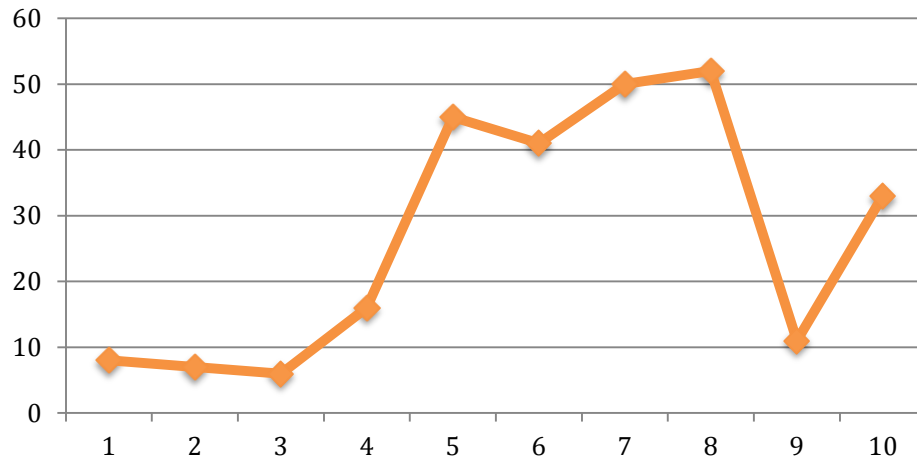
Como primera aproximación se les pidió a los estudiantes que, en una escala de 1 a 10 donde 1 significa “persona muy poco emprendedora” y 10 significa “persona muy emprendedora”, ubicaran cuán emprendedoras se sentían (Ver gráfico 16). El 85% de los estudiantes se ubico entre 5 y 10, es decir, más próximo a una persona muy emprendedora, 68,7% entre 6 y 10 y 53,6% entre 7 y 10. Es decir, la mayoría de los consultados se reconoce mucho más cerca de una persona muy emprendedora que de una persona muy poco emprendedora.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Gráfico 16: En que medida se siente una persona emprendedora (frecuencia de respuestas)



Luego se les pidió que eligieran entre 7 características de los emprendedores cuáles, a su criterio, son las que resultan clave para crear un emprendimiento. Las 7 características personales son:

- Trabajar en equipo
- Asumir riesgos
- Ser responsable con los compromisos contraídos
- Liderazgo
- Armar y aprovechar redes de apoyo
- Ser creativo y
- Ser persistente.



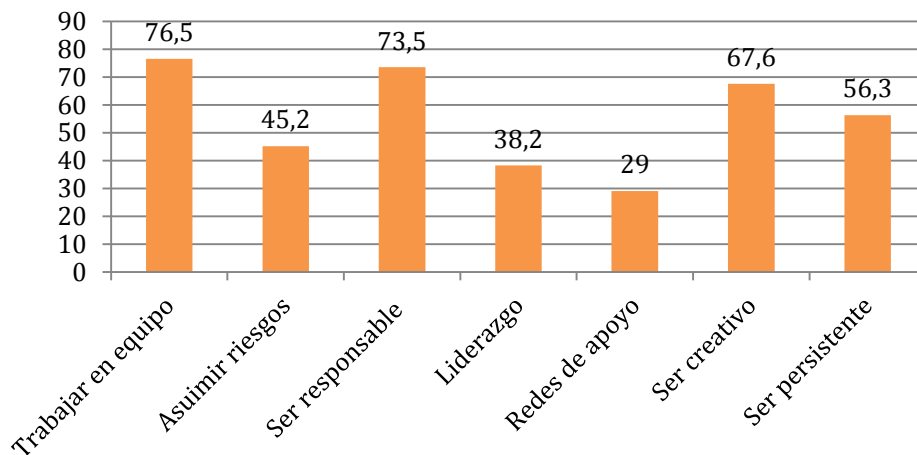
GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

Estas características han sido señaladas por muchos autores como características personales importantes para el desarrollo de emprendimientos (Bygrave 1994; Bird 1993; Gibb 1993; Hood and Young 1993; Koironen 1993; Ray 1993; Bull and Willard 1993; Cooper and Cascón 1992; Slevin and Covin 1992; Johannisson 1991; Spilling 1991; Cornwall and Perlman 1990; Vesper 1988; Ulrich and Cole 1987; Ronstadt 1984; McClelland 1961). Sin embargo, para los estudiantes encuestados las características clave serían "trabajar en equipo", "ser responsable", "ser creativo" y "ser persistente" (todas ellas indicadas como clave por más del 50% de los encuestados), mientras que en los casos de "asumir riesgos", "liderazgo" y "armar y aprovechar redes de apoyo" más del 50% indicó que no eran clave (ver gráfico 17).

Resulta muy interesante analizar como estos jóvenes no identifican al evento emprendedor como una exigencia a saber asumir riesgos, liderar y conformar redes de apoyo.

Gráfico 17: Características clave para el desarrollo de un emprendimiento (% que lo considera clave)



Conociendo esta perspectiva de los estudiantes resulta interesante la indagación sobre cómo valoran estas características, pero no desde una mirada ajena (por ejemplo, son importantes para el proceso de emprender, más allá de si tiene pensado o no transitar ese proceso) sino desde una perspectiva subjetiva que los ubica como protagonista. Para determinar esto, se realizó una adaptación del Portrait Values Questionnaire (PVQ) de Scuwartz y Bilsky (2001) que mide a través de 40 ítems diez tipos de valores (4 ítems por valor) a partir de describir una serie de apreciaciones sobre acciones o conductas y la



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

valoración que una persona hipotética hace sobre estas acciones o conductas. A partir de esto, se les pide a los encuestados que determinen en qué medida esas personas se parecen a ellos en función de dichas valoraciones.

Para este trabajo, se tomaron estas siete características emprendedoras y, sustentado en el desarrollo teórico sobre cada una de ellas, se determinaron dos acciones o conductas típicas y apreciaciones positivas sobre cada una de ellas. La Tabla 2 muestra como quedaron compuestas las valoraciones de las acciones o conductas asociadas a cada característica

Tabla 2: características y valoraciones para medir la autopercepción emprendedora.

Característica	Valoraciones
Trabajar en equipo	Cree que es mejor trabajar en equipo para resolver problemas complejos Se siente cómodo compartiendo el trabajo con otras personas
Asumir Riesgos	Cree que es importante arriesgar para conseguir lo que se quiere Piensa que es importante asumir riesgos moderados y medidos
Ser responsable con los compromisos contraídos	Piensa que es muy importante hacer todo lo posible para alcanzar sus objetivos Cree que es importante esforzarse para cumplir con los plazos y las condiciones exigidas
Liderazgo	Cree que es muy importante poder influir y conducir a otras personas Siempre quiere ser el/la que toma las decisiones. Le gusta ser líder
Redes de apoyo	Le parece importante conocer gente nueva y aprovechar lo que pueden aportar a sus proyectos Para el/ella es importante saber conseguir apoyo de amigos y conocidos
Ser creativo/a	Cree que es muy importante tener nuevas ideas y ser creativo Le gusta crear cosas nuevas. Cree que es muy importante crear soluciones novedosas
Ser persistente	Le parece muy importante no detenerse a pesar de las dificultades que enfrenta. Revisa sus estrategias y vuelve a actuar Cree que es importante buscar distintas formas de enfrentar un desafío y no cesar hasta superarlo



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

El formato de respuesta es una escala tipo Likert de 6 categorías de respuesta desde "No se parece en nada a mi (0)" hasta "Se parece mucho a mi (5)". Esta escala obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,803⁷, por lo que el instrumento es bueno para medir lo que se pretende.

Lo que se pretende medir aquí es la valoración subjetiva de los estudiantes de las características listadas en la tabla 2 a partir de su grado de identificación con personas que valoran acciones o conductas vinculadas a cada una de dichas características. Cuando los estudiantes definen que se identifican con personas que valora positivamente una determinada acción o conducta, indirectamente está diciendo que él o ella valora positivamente dicha acción o conducta. Esa valoración positiva es, también, una buena aproximación a conductas o acciones propias deseadas, de esta forma intentamos conocer que acciones vinculadas a características personales son valoradas positivamente y deseadas (o directamente realizadas) por los estudiantes encuestados.

En la siguiente tabla 3 se puede ver la media de la respuesta de los estudiantes encuestados para cada una de las apreciaciones subjetivas que se vinculan a una característica emprendedora. Así (de acuerdo a la tabla 2), la apreciación 1 y 8 corresponden a la característica "Trabajo en equipo", la 2 y 9 corresponde a "Asumir riesgos", etc. Cuando la media es mayor a 3, indica que, en promedio, los estudiantes se identifican con esa valoración (categorías "se parece algo a mi" a "se parece mucho a mi").

A los fines del análisis, se tomará que la combinación de las dos apreciaciones subjetivas con una media superior a 3 indica que los estudiantes encuestados valoran dicha característica. Así, por ejemplo, surge que el **trabajo en equipo** es valorado por los estudiantes dado que la valoración subjetiva 1 tiene una media de 3,27 y la 8 una media de 3,56 (ambas superiores a 3). Lo mismo para **ser responsable** (3,85 y 3,76), **redes de apoyo** (3,51 y 3,55), **ser creativo** (3,83 y 3,38) y **ser persistente** (3,18 y 3,51).

Por otro lado, y dada la exigencia establecida para este análisis, **asumir riesgos** (3,48 y 2,86) y **liderazgo** (2,86 y 2,74) no son características que los

⁷ El Alfa de Cronbach es un método de consistencia interna que permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan un determinado constructo. En este caso, la percepción de las características señaladas en función de las valoraciones detalladas. Concretamente, a partir del Alfa de Cronbach determina el grado en el que el elemento mide aquello que pretende medir. Como criterio general Huh, Delorme & Reid (2006) sugieren que el valor de fiabilidad en investigación exploratoria debe ser igual o mayor a 0.6. El valor teórico máximo que puede alcanzar el Alfa de Cronbach es 1 y el mínimo es 0, considerando que un valor menor a 0,6 es cuestionable y uno menor a 0,5 es inaceptable.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

estudiantes valoren subjetivamente, dado que alguna de las dos apreciaciones (o las dos) tiene una media inferior a 3.

Tabla 3: estadísticos de autopercepción emprendedora

Estadísticos de los elementos			
	Media	Desviación típica	N
1. Cree que es mejor trabajar en equipo para resolver los problemas	3,27	1,273	271
2. Cree que es importante arriesgar para conseguir lo que se quiere	3,48	1,29	271
3. Piensa que es muy importante hacer todo lo necesario para alcanzar sus objetivos	3,85	1,188	271
4. Cree que es importante poder influir y conducir a personas	2,86	1,567	271
5. Le parece muy importante conocer gente nueva y aprovechar lo que pueden aportar a sus proyectos	3,51	1,299	271
6. Cree que es muy importante tener nuevas ideas y ser creativo	3,83	1,257	271
7. Le parece muy importante no detenerse a pesar de las dificultades que enferenta. Revisa sus estregias y vuelve a actuar	3,18	1,478	271
8. Se siente comodo compartiendo el trabajo con otras personas	3,56	1,266	271
9. Piensa que es importante asumir riesgos moderados y medidos	2,86	1,357	271
10. Cree que es importante esforzarse para cumplir con los plazos y las condiciones exigidas	3,76	1,284	271
11. Siempre quiere ser el que toma las decisiones. Le gusta ser lider	2,75	1,724	271
12. Para el/ella es importante conseguir apoyo de amigos y conocidos	3,55	1,384	271
13. Le gusta crear nuevas cosas. Es importante crear soluciones novedosas.	3,38	1,44	271
14. Cree que es importante buscar distintas formas de enfrentar un desafio y no cesar hasta superarlo.	3,51	1,336	271



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Resulta aquí interesante la comparación con la valoración de dichas características más en abstracto, es decir, con las respuestas ofrecidas cuando se les pidió que determinaran las características clave para el desarrollo de un emprendimiento sin especificar quién las realiza. Desde la mirada subjetiva, se vuelve a destacar la importancia de trabajar en equipo, ser responsable, ser creativo y ser persistente y se suma la valoración positiva de armar y aprovechar redes de apoyo que, en el análisis anterior no fue considerada como una característica clave. Por otro lado, se confirma que los estudiantes no consideran clave o importante la capacidad de asumir riesgos y el liderazgo.

A partir de esto, puede entenderse que los estudiantes consultados entienden que la actividad emprendedora exige, a nivel individual, a saber trabajar en equipo, ser responsable, creativo y persistente. Al mismo tiempo, consideran que es valioso a nivel personal saber armar y aprovechar redes de apoyo, pero que no es clave para el desarrollo de emprendimientos, al igual que saber asumir riesgos y liderar, aunque a estas últimas dos no las consideran como características importantes en ellos/as.

Profundizando en la perspectiva subjetiva y en la mirada de sí mismos/as como sujetos emprendedores en función acciones, conductas y/ situaciones destacadas como típicas de los emprendedores, se les consultó a los estudiantes cuáles de dichas situaciones son deseables para su vida en general pidiéndoles que elijan en una escala de Likert entre "*Nada deseable (0)*" y "*Totalmente deseable (6)*". Considerando las respuestas que indicaron que dichas situaciones son muy o totalmente deseables puede verse (gráfico 18) que las situaciones "conseguir altos ingresos", "ayudar a mejorar el mundo" y "Hacer cosas nuevas" son las más deseables por la amplia mayoría de los estudiantes encuestados mientras que la situación "ser tu propio jefe" es la menos elegida entre las más deseables de las situaciones y la segundo menos deseable es "crear empleo para otros".



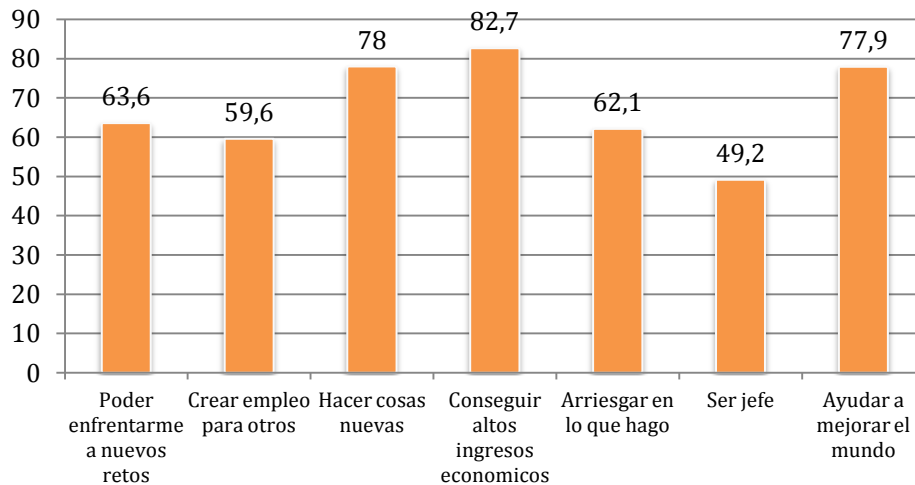
GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

En lo que hace a la teoría del desarrollo emprendedor un aspecto clave en el análisis es cuáles son los factores que motivan a las personas a emprender. Ya se mencionó la importancia que las motivaciones sean positivas frente a las motivaciones negativas. Si bien la discusión en este punto lleva muchos años y se nutre de distintos aportes y perspectivas, es difícil encontrar acuerdos ampliamente difundidos respecto a estos factores. Uno de esos acuerdos es que la búsqueda de independencia es un factor motivador muy importante en los emprendedores. La frase sobre la cual se indaga por esta motivación es "desea ser su propio jefe", justamente la situación menos deseable para los estudiantes consultados.

Sería apresurado elaborar conclusiones a partir de este dato y se abre una línea de indagación interesante para futuros trabajos. Si se hará notar que es

Gráfico 18: situaciones deseables (porcentaje de muy/totalmente deseable)



coherente con otro dato mostrado anteriormente donde la mayoría de los encuestados manifestó su expectativa por trabajar en una empresa privada antes que crear su propio espacio de trabajo (sea este en una empresa o una organización orientada al bien común) y deja de manifiesto cierta lejanía en la proyección de los estudiantes encuestados respecto de las motivaciones más contundentes en los emprendedores. Esto puede representar un desafío interesante para ser abordado desde la educación media.

Finalmente, y complementando la visión que los estudiantes tienen de sí mismos en términos personas emprendedoras, se les consultó sobre la percepción de su propia eficacia para la realización de tareas comúnmente asociadas al proceso de creación de un nuevo emprendimiento. Esta es una



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

herramienta de medida de la *autoeficacia*, es decir, se apela a la capacidad de los estudiantes de elaborar juicios sobre su propia eficacia en actividades futuras a partir de señales (por ejemplo, logros de rendimiento, patrones de éxito y fracaso, establecimientos de metas, etc.) que el propio estudiante ha caracterizado y utiliza para la elaboración de estos juicios (siguiendo lo que propone Olaz, 2003).

Para esto, se utilizó una escala de Autoeficacia compuesta por 6 ítems del tipo "hasta que punto se siente eficaz para crear un emprendimiento" con respuesta en formato tipo Likert de 7 categorías que van desde "Totalmente ineficaz (0)" hasta "Totalmente eficaz (6)". Este instrumento obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,847.

Si se observa la tabla 4, se notará que los estudiantes tienen una percepción de sí mismos como eficaces para las distintas tareas indicadas en el instrumento. La media estadística más alta se encuentra en la actividad de "trabajar con otras personas para lograr cosas que quiero" con 4,37 (en una escala donde totalmente eficaz =6), seguido por "reconocer cosas que puedan hacerse y sean útiles a otros" (3,97) y "lograr que se sostenga en el tiempo un nuevo emprendimiento" con 3,83.

Tabla 4: Autoeficacia emprendedora.

Estadísticos de los elementos			
	Media	Desviación típica	N
Definir mi idea de emprendimiento y la estrategia para crearlo	3,47	1,603	263
Poder crear un emprendimiento	3,32	1,553	263
Conseguir ayuda (técnica o económica) para armar mi emprendimiento	3,54	1,591	263
Reconocer cosas que puedan hacerse y sean útiles a otros	3,97	1,488	263
Trabajar con otras personas para lograr cosas que quiero	4,37	1,53	263
Lograr que se sostenga en el tiempo un nuevo emprendimiento	3,83	1,552	263

Este resultado es coherente con lo expresado por los propios estudiantes que no ubican al desarrollo de redes de apoyo como una actividad clave para el desarrollo de emprendimientos pero si valoran las acciones vinculadas al



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación *"2014. Año de las Letras Argentinas"*

desarrollo de redes y, como se muestra en la tabla 3, además se perciben eficaces en la posibilidad de conseguir ayuda externa. Asimismo, se perciben eficaces en el trabajo con otras personas, algo que refuerza lo expresado en la Tabla 2 y en la percepción de importancia de el trabajo en equipo para el desarrollo de un emprendimiento. El nivel más bajo de autoeficacia se encuentra en la tarea de crear un emprendimiento, aunque se perciben eficaces para tal tarea.

Finalizando esta sección, puede notarse que los estudiantes tienen una percepción de sí mismos como personas con lo que puede llamarse "perfil emprendedor". Entienden que pueden realizar con efectividad tareas fuertemente vinculadas al desarrollo de nuevos emprendimientos, muestran predisposición a actitudes y acciones vinculadas al trabajo en equipo, ser responsables, aprovechar redes de apoyo, ser creativos y persistentes. En este sentido, puede afirmarse que los estudiantes muestran mayor tendencia a percibirse como emprendedores que como no emprendedores.

Sin embargo, un elemento fundamental como la motivación por la independencia aparece muy poco ponderado por los propios estudiantes, lo que podría estar limitando su predisposición a emprender. En términos sencillos, los datos obtenidos en la encuesta parecieran mostrar gente que se siente preparada para hacer algo que no está motivado a hacer.

Queda por analizar cual es la percepción que estos estudiantes tienen del sistema educativo en cuanto espacio de formación y desarrollo de ese perfil emprendedor y de la actividad emprendedora en sí mismo. Esto será analizado en el próximo apartado.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Percepción del colegio como espacio de formación para emprender

Entrevistador: *"¿Te parece interesante que la escuela tenga acciones que fomenten a los emprendedores?"*

Estudiante: *"Sí, me hubiera parecido más interesante. Porque si todos tenemos cualidades de emprendedor, todos tiramos para adelante, no hay nadie en el equipo que te tire para atrás, no hay un vago, no hay alguien que viene a hacer nada porque ser emprendedor es aprovechar el tiempo"*

(entrevista realizada en el marco de este trabajo)

Hasta aquí se presentó el vínculo y la mirada que los estudiantes encuestados tienen sobre el trabajo emprendedor y la mirada que tienen sobre sí mismos/as como emprendedores. El tercer eje de este trabajo indaga sobre la percepción que tienen sobre el colegio como espacio de formación y desarrollo de su perfil emprendedor, su rol en la motivación a emprender y su efectividad en dicho rol.

Desde ya se entiende que no es una tarea específica de los colegios secundarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por lo que no puede tomarse lo aquí presentado como una evaluación de efectividad de dichas actividades. Solo se busca mostrar la mirada que los estudiantes tienen, sabiendo que no es rol del colegio y entendiendo que esto puede representar algún aporte al futuro diseño de políticas educativas. En definitiva, se trata de ofrecer información y elementos de análisis, no de evaluar algún aspecto del sistema.

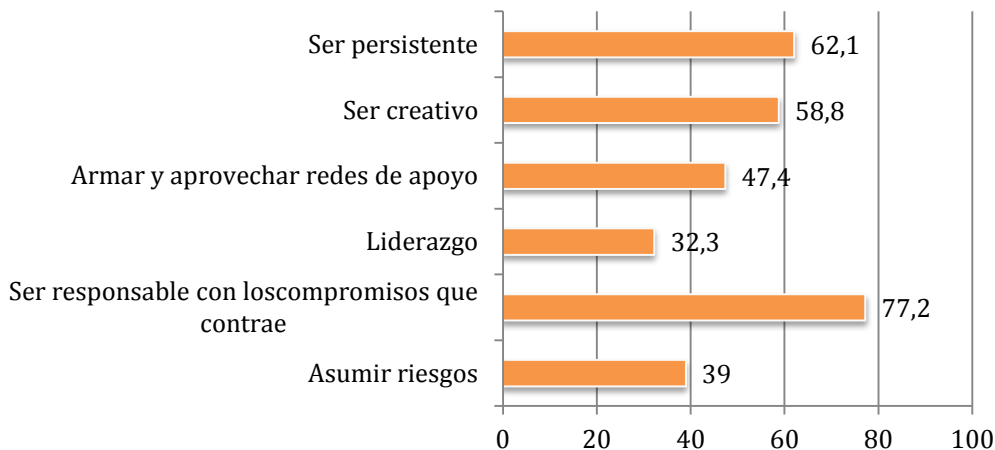
En el apartado anterior, los estudiantes manifestaron que consideran clave para el desarrollo de un emprendimiento a las características personales de Trabajar en Equipo, Ser Responsable, Ser Creativo y ser Persistente. Luego se les consultó si consideran que el colegio les brinda herramientas para incorporar y/o mejorar las características seleccionadas para evaluar en este trabajo (además de las mencionadas como "clave" por los estudiantes, también



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Gráfico 19: El colegio brinda herramientas para... (% de respuestas "suficientes" o "más...")



se evaluó la característica de Asumir Riesgos, Liderazgo y Armar y Aprovechar Redes de Apoyo, completando las siete características seleccionadas). Esta consulta se hizo a partir de pedirle a los estudiantes que califiquen en una escala de cuatro categorías de respuesta que va desde "No brindó ninguna herramienta (1)" hasta "Brindó más herramientas de las que puedo aprovechar (4)", esta escala obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,768.

Se muestran las frecuencias de respuestas de los estudiantes (ver gráfico 19). Allí puede notarse que la mayoría de los estudiantes consultados identifica que el colegio le da herramientas suficientes o más para incorporar y/o mejorar su características de Ser Responsables (77,2% de los estudiantes), ser Persistentes (62,1% de los estudiantes) y ser Creativos (58,8% de los estudiantes). Mientras que, por otro lado, Liderazgo (32,3%), Asumir Riesgos (39%) y Armar y Aprovechar Redes de Apoyo (47,4%) fueron las menos mencionadas como características sobre las que reciben herramientas.

Esto muestra concordancia con aquellas características que los estudiantes consideraron clave para el desarrollo de un emprendimiento (gráfico 17) por lo que estaría evidenciando que el colegio secundario es un espacio que ofrece herramientas suficientes para mejorar y/o incorporar características personales que los propios estudiantes consideran clave para el desarrollo de emprendimientos.

Si bien este no es un instrumento para medir satisfacción de los estudiantes respecto de su percepción de las exigencias del trabajo emprendedor y la formación recibida en el colegio, en términos de las características personales



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación *"2014. Año de las Letras Argentinas"*

exigidas (según su subjetiva mirada) sería de esperar que los estudiantes muestren niveles de conformidad, dado que manifiestan recibir herramientas en esas características que ellos consideran clave.

Surgen otras interpretaciones posibles. Se puede leer que la mirada de los estudiantes está más concentrada en aquellos elementos que consideran clave por sobre los que no son considerados tales. Incluso en este caso, la percepción de los estudiantes pueden ser un indicador satisfacción. Otra lectura posible es que, debido a la falta de herramientas ofrecidas por el colegio sobre las características de Armar Redes, Liderazgo y Asumir Riesgos, los estudiantes tienen pocos elementos como para considerarlas en un rol clave dentro del proceso de creación de un emprendimiento y por eso su baja ponderación cuando fueron consultados (la ponderación que se muestra en el gráfico 17).

Esta última lectura se presenta más débil frente a las otras porque las consultas a los estudiantes se realizan sobre la base de su propia significación de los distintos conceptos. Los mismos estudiantes que interpretan que armar y aprovechar redes de apoyo es poco relevante para el desarrollo de un emprendimiento, entienden que esto es poco trabajado en el colegio y siempre con la misma definición (al menos, es posible asumir que siempre con la misma definición) de lo que significa armar y aprovechar redes de apoyo. Desde esas mismas definiciones subjetivas se elaboran los mismos juicios, por lo que la influencia del trabajo del colegio debería afectar igualmente en los dos lugares (en su valoración como características clave para el proceso emprendedor y en su apreciación sobre cuánto las promueve el colegio).

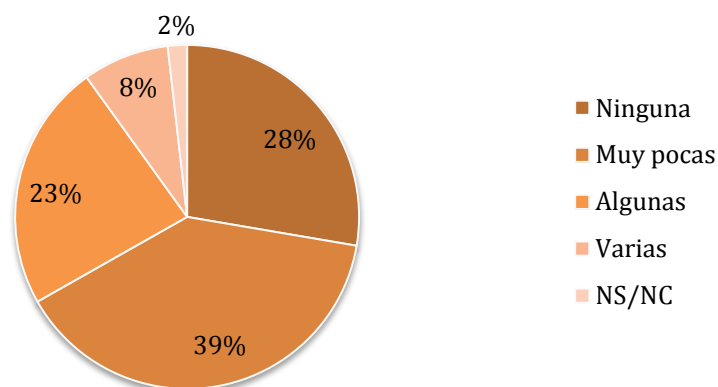


GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

También se les preguntó a los estudiantes en qué medida la temática del desarrollo emprendedor se encuentra presente en las materias que cursó. Se les pidió que indicaran si esta era una temática que aparecía en varias materias, en algunas, muy pocas o ninguna materia. El gráfico 20 muestra el porcentaje de respuestas. Puede verse allí que la gran mayoría percibe que esta temática aparece en muy pocas (39% de los estudiantes) o ninguna

Gráfico 20: En cuantas materias se ha mencionado el desarrollo emprendedor



materia (28% de los estudiantes). Por un lado, como se mencionó anteriormente, este no es un tema específico de la currícula de formación en los colegios encuestados, por lo que es esperable que el tema no aparezca en forma frecuente y explícita en las materias.

Luego se les consultó a los estudiantes el grado de acuerdo con 4 afirmaciones que postulan que la educación que recibieron en la escuela: lo ayuda a poner en marcha proyectos emprendedores, lo ayuda a entender mejor el papel de los emprendedores en la sociedad, le permite iniciar su propio negocio independiente y, ha hecho que se interese por asumir riesgos. Los estudiantes expresan su grado de acuerdo en una escala tipo Likert de 7 categorías que van desde "Nada de acuerdo (0)" hasta "Totalmente de acuerdo (6)". Este instrumento obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,821. A partir de esto se pretende tener una visión de la mirada de los estudiantes consultados sobre el colegio como motivador para el desarrollo emprendedor. Como se afirmó anteriormente, en tanto la actividad emprendedora se perciba como posible y el rol emprendedor tenga validación social, mejores serán las condiciones para que las personas perciban deseable el desarrollo de un emprendimiento.

Puede verse en la Tabla 5 que los estudiantes, en promedio, muestran niveles de acuerdo muy bajos. Es notorio que el menor grado de acuerdo está con la afirmación "La educación que recibí en la escuela me ayuda a entender mejor



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

el papel de los emprendedores en la sociedad". Este bajo nivel de acuerdo podría estar evidenciando cierta ausencia del tema emprendedor en el espacio de formación secundaria y, específicamente, del abordaje de este tema desde la perspectiva de la importancia de los/as emprendedores/as como sujetos sociales.

En este sentido, resulta interesante volver a lo propuesto por Etzioni (citado anteriormente en este trabajo) que postula que para ensanchar la base de emprendedores, es decir, para que más personas deseen emprender, es necesario legitimar dentro de un espacio social el rol de los/as emprendedores/as. Esta legitimación tiene fuerte influencia en las preferencias de las personas a emprender (despertar la vocación emprendedora) o, si no resultara este un camino deseable de desarrollo personal, dar apoyo a la actividad emprendedora desde distintos lugares. La educación media tiene un espacio privilegiado para esta tarea y, a la luz de los resultados de esta encuesta, es una oportunidad que todavía no se está aprovechando.

Tabla 5: percepción de la educación secundaria en tanto promotora de la vocación emprendedora

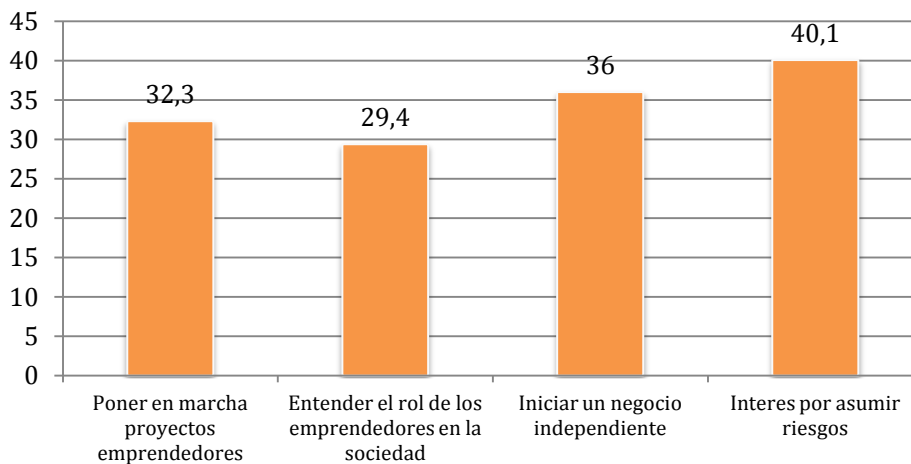
Estadísticos de los elementos			
	Media	Desviación típica	N
La educación que he recibido en la escuela me ayuda a poner en marcha proyectos emprendedores	2,65	1,737	265
La educación que recibí en la escuela me ayuda a entender mejor el papel de los emprendedores en la sociedad	2,49	1,663	265
Con la educación que recibí en la escuela podría iniciar un negocio independiente en el futuro	2,68	1,749	265
La educación que recibí en la escuela ha hecho que me interese por ausmir riesgos	2,87	1,864	265



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

Gráfico 21: Alto nivel de acuerdo con el papel de la escuela para... (% de estudiantes)



También resulta interesante destacar como el 40% de los estudiantes considera que la escuela promueve que se interese por asumir riesgos (ver gráfico 21). Si bien el nivel de acuerdo promedio es bajo (2,87), una parte importante de los estudiantes encuestados manifestó alto nivel de acuerdo con que la escuela es un espacio donde se promueve una actitud positiva frente al riesgo. Como se mencionó anteriormente, una actitud proactiva frente a situaciones de riesgo es clave para el tránsito por el proceso emprendedor. Que la escuela esté promoviendo personas que se animan a enfrentar situaciones de riesgo es un dato positivo, incluso aunque esto no sea algo percibido por la mayoría de los estudiantes.

El colegio como promotor del deseo de emprender

En esta línea de contrastar la mirada subjetiva de los estudiantes sobre ellos mismos como emprendedores, y esta misma mirada sobre la educación recibida en el colegio, se formularon las mismas preguntas en dos lugares diferentes del cuestionario lo que proponía que los estudiantes ofrecieran sus impresiones sobre el mismo aspecto pero desde lugares diferentes: por un lado la autoevaluación y, por el otro, la evaluación de la educación recibida.

Así, puede verse en el gráfico 18 lo que los estudiantes respondieron cuando se les consultó sobre situaciones deseables en sus vidas. El gráfico 22 muestra cuánto ha colaborado la escuela para que estas situaciones sean deseables en la vida de los estudiantes consultados (se presenta el porcentaje de



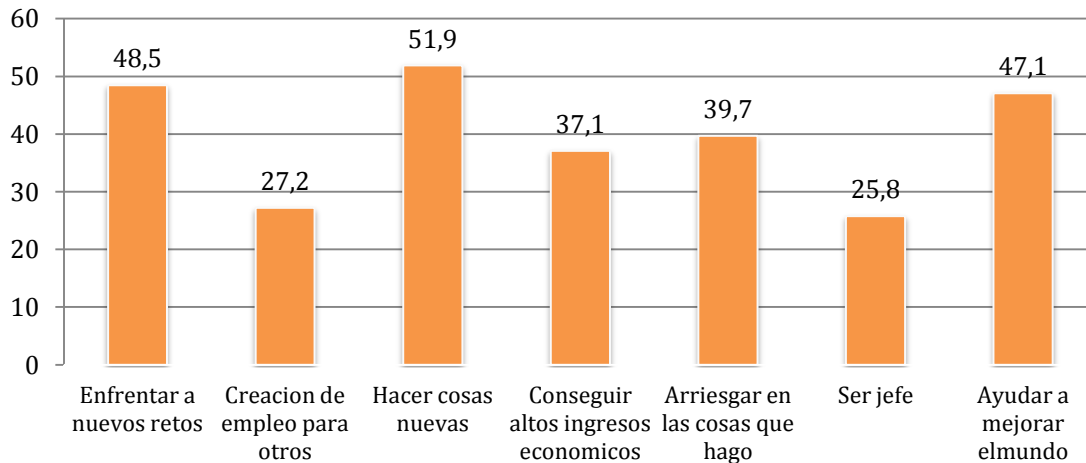
GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

estudiantes que consideró que el colegio colaboró mucho a que dichas situaciones sean deseables).

Un primer aspecto a desatacar aquí es que los estudiantes en amplia mayoría manifestaron como deseable la situación de *conseguir altos ingresos económicos* (gráfico 18) y en su gran mayoría no identifica al colegio como promotor de ese deseo. Para la mayoría de los estudiantes la principal colaboración del colegio es en promover el deseo de *hacer cosas nuevas y expresar su creatividad* (51,9% de los estudiantes –ver gráfico 22-). En menor medida, los estudiantes perciben que el colegio es un espacio que promueve el deseo de *enfrentar nuevos retos* (48,5%) y *ayudar a mejorar el mundo* (47,1%).

Gráfico 22: La escuela colabora en que sea deseable... (% de estudiantes)



También resulta interesante destacar que es muy bajo el porcentaje de estudiantes que considera que el colegio colabora con su deseo de *crear empleo para otros* (27,2%) y de *Ser su propio jefe y no tener que hacer lo que otros digan* (25,8%). Estas dos habían aparecido como las situaciones menos deseables para los estudiantes en su vida en general (gráfico 18) y no se asigna al colegio un rol importante en la promoción de este deseo. Dos aspectos clave necesitan ser remarcados en este punto:

- el primero se vincula con lo expresado en relación a la importancia de la escuela para promover la legitimación del rol emprendedor en la sociedad. Es, quizás, uno de los aportes más importantes de los emprendedores en la promoción del desarrollo de una sociedad su rol en tanto generador de espacios de trabajo antes que demandante de empleo. Desde la mirada de los estudiantes, el colegio no ayuda a



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

entender el rol de los emprendedores en la sociedad ni promueve en ellos/as el deseo de crear empleo para otros, esta combinación de datos va confirmando la idea que el colegio no resulta un espacio de promoción de la vocación emprendedora.

- En cuanto al segundo aspecto a ser remarcado, ya se mencionó la importancia de la búsqueda de independencia como funcional al desarrollo del deseo de emprender. Los estudiantes indicaron que "ser su propio jefe" es la menos deseable de todas las situaciones presentadas y reconocen que el colegio no colabora al desarrollo de ese deseo. La combinación de estos elementos puede ser una aproximación a la explicación de por qué la alternativa de trabajo preferible entre los estudiantes sea hacer carrera en una empresa privada (ver gráfico 5). Las personas que no buscan la independencia en su proyección laboral no se sentirán motivadas a crear sus propios emprendimientos. Tomando lo expuesto por varios autores presentados en este mismo trabajo, la educación media tiene allí un espacio de privilegio y, en función de las respuestas obtenidas en esta encuesta, este espacio todavía representa una oportunidad sin aprovechar.

Es muy probable que los estudiantes encuestados estén mucho más próximas a personas empleadas que a emprendedores (ver gráficos 6, 7 y 8). En general, hay muchos más empleados que emprendedores por lo que la motivación a emplearse es un factor social ya establecido. No resulta necesario motivar a las personas a emplearse, por el contrario, las energías para promover motivaciones tienen que canalizarse hacia la promoción de la motivación a emprender⁸. Argentina muestra problemas serios en cuanto a la cantidad de emprendedores, esta oportunidad que se presenta de promover la motivación a emprender, de posicionarla como una opción deseable y posible de desarrollo personal, es una oportunidad que no puede desaprovecharse. Más de la mitad de los estudiantes encuestados manifestó que "crear su propia empresa" es una alternativa de trabajo interesante (ver gráfico 5), allí reside la fundamentación de esta oportunidad.

Influencia del colegio en la autoeficacia

Así como se contrastó el deseo de determinadas situaciones vinculadas al desarrollo emprendedor expresado por los estudiantes con el rol del colegio en

⁸ De acuerdo al Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (indicador que mide las condiciones de varios países para promover la generación de emprendimientos de alto impacto en la sociedad) uno de los problemas más graves en la región y en Argentina en particular es la "falta de capital humano emprendedor", dicho de otra forma, la falta de personas con motivación positiva a emprender (Kantis, Federico, Ibarra García, 2014).



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

la promoción de dichos deseos, también se contrastó la percepción de autoeficacia (es decir, la percepción de sí mismos para realizar determinadas tareas con eficacia, presentadas en la tabla 4) con el rol que le asignan al colegio en cuanto a su colaboración para la realización eficaz de dichas tareas.

Para analizar la colaboración del colegio para realizar eficazmente algunas tareas se utilizó una escala compuesta por 6 ítems del tipo "Señalá tu impresión respecto de si la formación recibida en el colegio colaboró para que puedas realizar eficazmente el poder crear un emprendimiento propio" con respuesta en formato tipo Likert de 7 categorías que van desde "No colaboró (0)" hasta "Colaboró mucho (6)". Este instrumento obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,9.

Como puede notarse en la Tabla 6, se considera que la escuela ha aportado muy poco a la realización con eficacia de las tareas "crear el propio emprendimiento" (media de 2,4), "definir la idea de emprendimiento y su estrategia para crearlo" (media de 2,42), "conseguir ayuda" (media de 2,42) y "crear y poner en funcionamiento un nuevo emprendimiento (media de 2,61). Todas estas medias están muy próximas a la categoría "no colaboró". Por otra parte, los estudiantes consideran que la escuela ha colaborado en "trabajar con otras personas para lograr las cosas que quiero" (media de 3,89) y en "reconocer cosas que puedan hacerse y sean útiles para otros/as" (media de 3,21), cuyas medias están más cercanas a la categoría "colaboró mucho", aunque todavía alejada.

Tabla 6: En qué medida la escuela colaboró a desarrollar eficazmente estas tareas.

Estadísticos de los elementos			
	Media	Desviación típica	N
Definir mi idea de emprendimiento y la estrategia para crearlo	2,42	1,73	260
Poder crear un emprendimiento propio	2,4	1,716	260
Conseguir ayuda (técnica o económica) para armar mi emprendimiento	2,42	1,774	260
Reconocer cosas que puedan hacerse y sean útiles para otros/as	3,21	1,717	260
Trabajar con otras personas para lograr las cosas que quiero	3,89	1,685	260
Crear y poner en funcionamiento un nuevo	2,61	1,876	260



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

emprendimiento

Los resultados expresados en la Tabla 6 muestran relación con los expresados en la tabla 4 (autoeficacia). Los estudiantes han considerado que la escuela ha colaborado en su eficacia para trabajar con otras personas y ser proactivos en identificar cosas que pueden hacerse sean útiles para otros. Estas dos mismas actividades son las que, en mayor medida, los estudiantes consideraron que pueden desarrollar eficazmente. Del mismo modo, aquella en la que consideraron en menor medida que pueden desarrollar eficazmente es la misma en la que consideraron que el colegio colabora menos para ser eficaz, y se refiere a poder crear un emprendimiento. A costo de redundar, resulta importante enfatizar que crear un emprendimiento es una actividad en la que los estudiantes entienden que el colegio colabora poco o nada en la eficacia de realización al tiempo que se consideran menos eficaces para realizarla.

En todos los casos, la percepción de los estudiantes respecto de cuánto colabora el colegio en mejorar la eficacia en cada una de las tareas indicadas es menor a la percepción de autoeficacia en la ejecución de dichas tareas y si se las ordena de mayor a menor en términos de su media estadística, el orden de autoeficacia y colaboración del colegio para mejorar la eficacia es el mismo. Dicho de otra forma, aquellas tareas en las que se consideran más eficaces son tareas donde reconocen un mayor aporte del colegio, y lo mismo para aquellas en las que se consideran menos eficaces.

De acuerdo a lo expuesto hasta aquí y resaltando que no se trata de una evaluación del sistema educativo sino de explorar la mirada de los estudiantes enfocada en un tema que no es foco del trabajo de la escuela secundaria, los resultados presentados dejan expuesta una oportunidad en la formación media que sería interesante aprovechar. En la sección anterior se mostró como los estudiantes se perciben como personas emprendedoras, antes se había mostrado como esta es la segunda alternativa de trabajo en términos de interés y aquí se muestra que, desde su mirada, la temática aparece en muy pocas materias, con bajo impacto en la promoción de la vocación emprendedora y en la colaboración para el desarrollo eficaz de tareas clave del desarrollo emprendedor.

Al mismo tiempo, los estudiantes encuentran en el colegio herramientas que los ayudan a ser responsables, persistentes, creativos y armar y aprovechar redes de apoyo, características que ellos mismos también consideraron clave para el desarrollo de un emprendimiento.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

De acuerdo a lo expuesto en la primer sección de este trabajo, solo en tanto las personas consideren posible y deseable emprender se involucrarán en la acción emprendedora. El aporte del sistema educativo, particularmente de la educación secundaria, es clave en este punto. Este es un excelente espacio de validación y legitimación del rol emprendedor y para reforzar la confianza de los jóvenes en sí mismos, que puedan percibirse proactivos agentes de cambio y competentes para enfrentar el desafío que propone el desarrollo de un emprendimiento.

Más espacios de trabajo sobre esta temática específica, mayor contacto con modelos emprendedores, más énfasis en el rol de los emprendedores como generadores de empleo, innovadores y promotores del desarrollo son acciones específicas que pueden ser encaradas desde este espacio y que son funcionales a los objetivos de formación de la escuela secundaria.

Por sobre todo lo dicho, uno de los elementos que mejor define la oportunidad que se enfrenta es la buena predisposición de los estudiantes a recibir este tipo de ejes de trabajo.

Una oportunidad para aprovechar es el mejor escenario para un emprendedor. De ninguna manera implica una mala noticia sino, por el contrario, espacio para la acción y el desarrollo del potencial expresado. La escuela secundaria en la Ciudad de Buenos Aires tiene ese espacio.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Conclusiones

Entrevistador: *“qué sugerencias le harías a la escuela para que te ayude a ser más emprendedor”*

Estudiante: *“Les podés mostrar pymes que son gente normal, que los podés contactar por twitter, ves y te cuentan las novedades y ves cómo la gente normal empieza a emprender sola”*

El trabajo aquí presentado es un trabajo exploratorio que indaga la percepción de una muestra de estudiantes de la escuela secundaria en tanto espacio de promoción y apoyo al desarrollo emprendedor, la propia percepción como emprendedores y el vínculo con el mundo del trabajo emprendedor.

Lo expuesto hasta aquí muestra que crear el propio emprendimiento es la segunda alternativa más interesante como espacio de trabajo entre los estudiantes encuestados. Los estudiantes conocen emprendedores en forma personal y prácticamente no conocen las instancias de apoyo a emprendedores en la Ciudad de Buenos Aires. Asimismo, les cuesta encontrar información sobre emprendedores en su colegio y, en términos generales, este no aparece como un espacio de promoción de la vocación emprendedora.

Si bien no es objetivo específico de la escuela secundaria promover la vocación emprendedora, varios autores destacan su importancia en tanto espacio de formación. En este sentido, se percibe una oportunidad para la actuación de este espacio formativo para promover tanto la vocación emprendedora como para colaborar en la valoración y legitimación del rol emprendedor en la sociedad. Esto es perfectamente funcional a sus objetivos de formación y se entiende que sería bien recibido por los estudiantes.

De acuerdo al análisis exploratorio entre este conjunto de estudiantes, se ven a sí mismos con perfil emprendedor (autoeficacia emprendedora) aunque no motivados a crear un propio emprendimiento, por ejemplo, ser su propio jefe y crear empleo para otros son las situaciones menos deseables. Al mismo tiempo, consideran que la escuela no favorece que estas situaciones sean deseables y tiene una baja influencia en el desarrollo eficaz de tareas clave para el desarrollo de emprendimientos.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

Se entiende que la escuela tiene un espacio privilegiado por varios elementos que la caracterizan:

- en primer lugar, casi la totalidad de los jóvenes en edad de asistir al colegio forma parte del sistema educativo formal (la tasa de asistencia de los adolescentes en CABA fue de 89,1% para 2010 según la Encuesta Anual de Hogares 2010 realizada por la Dirección General de Estadística y Censos del Ministerio de Hacienda del GCBA),
- además, la distribución por género del público objetivo de la educación media es equitativa y representativa de la distribución en la sociedad en general, algo que en el mundo del desarrollo emprendedor es muy valioso,
- en general, la sociedad argentina está valorando positivamente la actividad emprendedora, se difunden historias emprendedoras en medios de comunicación y esto favorece una mirada positiva por parte de los estudiantes de la formación media,
- la formación para el trabajo emprendedor es funcional a la formación personal y académica objetivo de la escuela media. No se requieren mayores esfuerzos de adaptación y/o preparación para promover la legitimación del rol emprendedor y, por tanto, la motivación a emprender entre los estudiantes,
- los resultados hallados en este estudio exploratorio dan indicios de que este tipo de estrategias serían bien recibidas por los estudiantes, permitiéndoles incorporara desde esta etapa temprana de su formación alternativas plausibles de desarrollo personal,
- finalmente, la escuela secundaria encuentra amplia validación social como espacio de formación de valores deseables para la sociedad moderna.

En esta línea, la percepción de los estudiantes de sí mismos como emprendedores, tanto en términos de la autoeficacia emprendedora como en valoración de actitudes y acciones que favorecen el desarrollo de emprendimientos, contrasta de manera notoria con el dato que las dos situaciones menos deseables para sus vidas son ser sus propios jefes y crear empleo para otros. Esto implica que los estudiantes se sienten capaces de hacer algo que no quieren hacer. Este es un espacio concreto de trabajo para la escuela secundaria donde estos factores que lo ubican como espacio privilegiado se aprovechen para promover la motivación a emprender que, en última instancia, se presenta como una alternativa de desarrollo personal y de trabajo.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación "2014. Año de las Letras Argentinas"

Los programas Desarrollo Emprendedor y Junior Achievement como iniciativas que se aplican en algunos colegios de la muestra no muestran tener una incidencia que permita establecer visiones diferenciales respecto de los colegios de la muestra que no participan en ningún programa de promoción emprendedora. Es probable que la condición de optativo en cuanto a su participación por parte de los estudiantes esté condicionando en la capacidad de relevar su impacto en este trabajo. Más allá de eso, este mismo dato podría mostrar indicios de cierta baja efectividad de los esfuerzos realizados por estos programas en tanto promotores de la motivación a emprender.

Si fuera de interés de este espacio de formación promover la motivación a emprender, será necesario que se transforme en un espacio de comunicación y difusión de la actividad emprendedora, mostrando ejemplos emprendedores locales, cercanos a la posibilidad de identificación de los estudiantes con dichos ejemplos, ofreciendo información sobre los espacios de apoyo a la actividad emprendedora disponibles en la Ciudad de Buenos Aires.

En términos generales Argentina muestra buenas condiciones para la promoción del desarrollo emprendedor, la figura del emprendedor es valorada socialmente, pero resta mucho trabajo por hacer en esta línea. El trabajo del sistema formal educativo, fundamentalmente en los jóvenes en edad del colegio secundario, es realmente importante tanto para ensanchar la base de emprendedores como para brindar apoyo a los emprendedores cuando no sea la decisión personal emprender.

En este sentido, es un buen cierre una de las respuestas que ofreciera uno de los estudiantes en el marco de la entrevista en profundidad realizada para este trabajo. Consultado sobre si le gustaría tener su propio emprendimiento responde: ***"Y yo creo que es algo de la situación en sí, ver cómo está un en el momento y decir 'necesito hacer el cambio, no me sirve estar laburando en situación de dependencia', 'no me sirve estar laburando para alguien quiero tener mi propio negocio'"***.

Se resalta, en esta visión, lo importante de tener la alternativa. Como se dijo en el marco de este mismo trabajo, emplearse es siempre una opción, no se requieren esfuerzos para motivar a las personas a buscar esta forma de inserción al mundo del trabajo. Emprender, por su parte, no es una opción clara para la mayoría de los estudiantes, más allá de las ventajas de una sociedad más emprendedora. Con más opciones, las personas son más libres.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Bibliografía

Audretsch, D. (1995); *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, MA: MIT Press.

Audretsch, D. y Mahmood, T. (1994); "The rate of hazard confronting new firms and plants in U.S. manufacturing". *Review of Industrial Organization*, vol. 9(1), pp. 41-56.

Audretsch, D. y Thurik, R. (2000); "What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economy. ERIM Report Series *Research in Management* ERS-2000-45-STR.

Audretsch, D. y Thurik, R. (2001); "Linking entrepreneurship to growth", OECD Directorate for Science, Technology and Industry Working Paper 2001/2.

Audretsch, D., Carree, M.A. y Thurik, R. (2001); "Does entrepreneurship reduces unemployment?", Tinbergen Institute Discussion Paper TI 2001-074/3.

Bell, A. (1970). Role modelship and interaction in adolescence and young adulthood. *Developmental Psychology* 2(1), 123-128.

Birley (1985), "The role of networks in the entrepreneurial process", *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Babson College.

Etzioni, A. (1987); "Entrepreneurship, adaptation and legitimation. A macro-behavioral perspective", *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 8, pp. 175-189.

Fölster, S. (2000); "Do entrepreneurs create jobs?", *Small Business Economics*, 14, pp. 137-148.

Gibb, A. y Ritchie, J. (1982); "Understanding the process of starting small business" *European Small Business Journal*, Nro. 1, pp. 26-46.

Gibson, D.E. (2004). Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 134-156.

Johannisson B. (1991) "Entrepreneurship -the management of ambiguity-Lund/Vaxjo University.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

Kagan, J. (1958). The concept of identification. *Psychological Review* 65, 296-305

Kantis, H, Angelelli, P y Moori Koenig, V. (2004); *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional*. Editorial Nomos, Colombia. Editorial Temas, Argentina.

Kantis, H. Angelelli, P. y Gatto, F. (2000); "Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿De qué depende su creación y supervivencia?", trabajo presentado en la V Reunión de la Red PyME Mercosur, Córdoba.

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*. Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, División de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Kantis, H. y Federico, J. (2004); "Iniciativas de Fomento a la empresarialidad en Estados Unidos", en Kantis, H, Angelelli, P y Moori Koenig, V. *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional*. Editorial Nomos (Colombia), Editorial Temas (Argentina).

Reynolds, P., Camp, S., Bygrave, W., Autio, E. y Hay, M. (1999); *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership/Babson College/London Business School.

(2000); *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership/Babson College/London Business School.

(2001); *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership/Babson College/London Business School.

Lundström, A. y Stevenson, L. (2002): *On the road to entrepreneurship policy*. Volume 1 of the Entrepreneurship in the future series. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.

OCDE (1999); *Fostering Entrepreneurship*. Paris: OCDE.

OCDE (2000); *A new economy? The changing role of innovation and information technology in growth*. Paris: OCDE.



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Ministerio de Educación
"2014. Año de las Letras Argentinas"

OCDE (2001); "Entrepreneurship, Growth and Policy", OECD DSTI/IND (2001).

Olaz, F. (2003). Modelo social cognitivo del desarrollo de carrera. *Evaluar*, 3. Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.

Shapero, A. (1984); "The entrepreneurial event" en Kent (ed.) *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington Press.

Thurik, R. y Wennekers, S. (2001); "A note on entrepreneurship, small business and economic growth" Erasmus Research Institute of Management Report Series ERS-2001-60-STR.

Fretschner, M., & Weber, S. (2013). Measuring and understanding the effects of entrepreneurial awareness education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 410e428.

Kantis, H. y Federico, J. (2012); "Programa Regional de Emprendedorismo e Innovación en Ingeniería (PRECITYE). Estudio de línea de base"; BID, Buenos Aires.

Kantis, H. Federico, J. e Ibarra García, S. (2014); Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico, Asociación Civil Red Pymes Mercosur, Rafaela, Santa Fe, Argentina. Latingráfica.

Liseras, N., Gennero de Rearte, A. y Graña, F (2003); "Factores Asociados a la Vocación Emprendedora en Alumnos Universitarios"; 8va Reunión Anual Red Pymes Mercosur, Rosario.