

R: No les di ejemplos, pero en realidad el 30% de los créditos otorgados va a empresas industriales, porque las riquezas primeras vienen de la producción industrial. Financiamos a todos los sectores, salvo a la agricultura, que tiene sus canales propios, en especial el Banco de Crédito Agrícola, que es el primer banco francés y que hasta hace tres o cuatro años era el primer banco de crédito agrícola de Francia. Pero no hablé de las empresas industriales por su complejo desarrollo. En realidad es muy difícil crear un industria y de las 280.000 empresas que se crean cada año, solamente 30.000 son industriales, y la mayoría de ellas artesanales, no realmente empresas industriales. Las empresas personales antes que todo son empresas de servicio o de comercio, ya que es mucho más fácil para un empresario que no es ingeniero, que no tiene alta formación universitaria, crear una empresa en los sectores secundarios o terciarios.

P: ¿No es malo tener preferencias impositivas por empresas que comienzan, ya que puede convertirse en un negocio crear y cerrar empresas en unos pocos años, y de esta manera truncar el crecimiento y desarrollo de nuevas empresas?

R: Yo comprendo esa pregunta. A menudo se hace a los bancos. Mi entidad de carácter estatal es una de las entidades que toma más riesgo de las empresas y por consecuencia la que menos beneficios tiene, hasta tal punto que hace tres años tuvimos que disminuir en un 10% la planta de nuestro banco, para racionalizar la explotación y combatir la dura competencia que nos hacen las demás entidades bancarias. El 3% de los créditos en volumen son fracasos y con 3.2% mi banca cerraría la puerta, entonces, no se puede pensar que seamos menos exigentes con los proyectos de creación de nuevas empresas.

Cómo lograr un cambio de actitud hacia el emprender

Marta Nanning G.

Profesora Adjunta de la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile

Desarrollar un espíritu emprendedor a nivel general, especialmente en estudiantes y jóvenes profesionales, nos ha llevado a diseñar y realizar acciones muy diversas. Entre ellas la realización de cursos de corta duración.

El presente artículo resume el impacto de un curso de este tipo en las actitudes de un grupo de profesores de enseñanza técnica, quienes en enero de 1990 participaron durante dos semanas en el programa "Desarrollo de la capacidad emprendedora del alumnado". Se trata de un estudio de tipo exploratorio, base para la realización de otros estudios sobre el tema.

* * *

Con el objetivo de incentivar el desarrollo del espíritu emprendedor de alrededor de 10.000 alumnos de los liceos técnicos pertenecientes a la Fundación de Educación Laboral en Chile (FUNAELA), diseñamos conjuntamente con ellos y el apoyo de CIPE¹ un programa para profesores de liceo. La idea fue desarrollar en primer lugar habilidades especí-

ficas y actitudes positivas hacia el emprender en los profesores, para que luego, ellos asuman el mismo rol con sus respectivos alumnos. Buscamos el efecto multiplicador del curso, vale decir, realizando programas para setenta personas podemos incidir año a año en alrededor de 2000 alumnos. La selección de los participantes incluyó, entre otros, criterios como: experiencia, desempeño profesional e interés en participar en un programa de este tipo. Esto mismo llevó a que la actitud inicial del grupo hacia el empresario y hacia la empresa privada fuera muy positiva, como lo muestra el cuadro 1.

En este caso nos referimos a las actitudes como las proposiciones evaluativas, favorables o negativas, respecto a personas, objetos o acontecimientos.

La medición inicial se realizó mediante una encuesta anónima que incluyó 10 ítems respecto al empresario(a) y 13 ítems referidos a la empresa privada. Considerando las características explo-

1. Center for International Private Enterprise, Washington, D.C., EE.UU.

Cuadro 1
Actitud inicial

n = 68

	Positiva	Indiferente	Negativa
Hacia el empresario(a)	65.9%	20.2%	13.9%
Hacia la empresa privada	75.4%	5.8%	18.8%

ratorias del estudio, antes de la aplicación, la encuesta fue probada con un grupo de 5 personas.

Cabe destacar que el énfasis del curso estuvo en la labor empresarial, por lo que los cambios que se generaron en la actitud hacia la empresa privada constituyen sólo un efecto secundario.

EL CURSO

El curso consta de 52.5 horas cronológicas a lo largo de dos semanas. 12.5 de estas horas se destinan a trabajos en grupos de entre 7 y 10 personas. Cada grupo cuenta con un consultor que permanentemente está con ellos, pero que interviene sólo en caso de que el grupo lo requiera.

La perspectiva es interdisciplinaria, vale decir, en el curso se aborda el tema empresarial desde el ángulo histórico, económico, psicológico, pedagógico y de negocios. Los participantes deben utilizar estos conocimientos de inmediato en el trabajo en grupo, el cual tiene por objetivo diseñar un programa de curso para sus alumnos de liceos. Dicho de otra forma, al finalizar el curso, cada grupo entrega una proposición de programa detallado, con temas, objetivos y número de sesiones por tema, para los alumnos. Estas proposiciones se evalúan por un grupo ad-hoc, y "la mejor de ellas" es la que se pone en marcha a nivel de los alumnos.

Adicionalmente, el curso tiene por objetivo que los participantes valoren y entiendan el aporte de los empresarios al desarrollo nacional y dominen ciertas habilidades básicas necesarias para iniciarse en el campo empresarial.

El curso también es evaluado en cuanto a los conocimientos y habilidades adquiridos. Para ello se utilizan dos evaluaciones tipo test de cuya aprobación depende el certificado de participación que se entrega a cada profesor o profesora asistente.

CAMBIO DE ACTITUD

Al finalizar el curso, se aplicó la misma encuesta inicial con los resultados que indica el cuadro 2. Cabe destacar que las respuestas no variaron en forma significativa si se trataba de un empresario pequeño o uno grande, por lo que no se incluye esta distinción en el análisis.

Para fines de análisis suponemos independencia entre un ítem y otro, por lo que también realizaremos un análisis de variaciones por ítem.

Como podemos apreciar, en general para el caso de los empresarios, se logró mantener la actitud positiva inicial e incluso incrementarla en un 11%, dado que prácticamente todos los indiferentes se definieron hacia el lado positivo. Así, al finalizar el curso el 77.6% de los profesores tenía una actitud positiva hacia el empresario y alrededor de un 12% persistía en su actitud negativa. Vale decir, el curso no influyó en las personas con una actitud negativa general, o dicho de otra forma, la intensidad de la conducta negativa es mayor que la de los indiferentes.

El rango de las situaciones evaluadas determina la amplitud de la conducta, la que en este caso podemos analizar desde la perspectiva del empresario en la sociedad, tanto en su rol económico como social y moral.

Cuadro 2
Actitud al finalizar el curso

n = 66

	Positiva	Indiferente	Negativa
hacia el empresario(a):	77.6% (+11.7)	9.7% (-10.5)	12.7 (-1.2)
responsable con sus trabajadores	47.0% (+13.2)	18.2% (-14.2)	34.8% (+1)
responsable con la sociedad	37.9% (+1.1)	21.2% (-14.1)	40.9 (+13)
creadores de riqueza	84.9% (+14.2)	13.6% (-9.9)	1.5% (-4.3)
agentes de progreso	92.4% (+5.6)	6.1% (-7.1)	1.5% (+1.5)
actúan según la moral establecida	65.1% (+12.2)	9.1% (-18.8)	25.8% (+6.6)
crea empleos	92.4% (+14.5)	7.6% (-11.6)	0% (-2.9)
trabaja y aporta a la sociedad	95.5% (+13.1)	4.5% (-8.7)	0% (-4.4)
busca su propio beneficio	90.9% (+29.1)	9.1% (-24.7)	0% (-4.4)
busca su beneficio y el de la sociedad	74.3% (+15.5)	4.5% (+3)	21.2% (-18.5)
recomendaría convertirse en empresario	95.5% (-3)	3.0% (+1.5)	1.5% (+1.5)
hacia la empresa privada:	78.1% (+2.6)	3.8% (-2%)	18.1% (-0.7)

(porcentaje de variación respecto a la encuesta inicial)

Respecto al rol económico, obtuvimos incrementos en la actitud positiva mayores de 10% en lo que se refiere a creación de riqueza; creación de empleo, en que desaparecen todas las actitudes negativas; búsqueda de beneficio personal y social; reconocimiento de que trabaja y aporta a la sociedad, en que también desaparecieron las actitudes negativas. Especialmente destacable es el incremento positivo de un 29%, en cuanto al reconocimiento y aceptación de que los empresarios también buscan su propio beneficio.

Respecto al rol moral y social también tuvimos incrementos positivos significativos de más del 10% en lo que a responsabilidad con sus trabajadores se refiere y a la actuación de los empresarios dentro de las normas de moral establecida. También nos encontramos aquí con la inconsistencia de que hubo un incremento negativo en cuanto a considerar al empresario responsable con la sociedad. Esto podría explicarse por la situación socio-política del país en que éste

era un tema de discusión entre los partidos políticos.

En cuanto a la empresa privada, no se obtuvieron variaciones significativas generales como se aprecia en el cuadro 2. Sin embargo, de los ítems incluidos, el que es especialmente destacable es el referido a "la preocupación de la empresa privada por la comunidad en que está inserta", en que los resultados fueron los que aparecen en el cuadro 3.

Esto indica que aun cuando no se abordara explícitamente el tema de empresa privada durante el curso, se tuvo alguna incidencia en las actitudes hacia ella.

De acuerdo con lo antes mencionado, el curso enfatizó la contribución del empresario a la sociedad, especialmente en lo que a creación de riqueza, creación de empleo y búsqueda de beneficio se refiere. En los tres aspectos nos encontramos con que prácticamente desaparecieron las actitudes negativas, lo

Cuadro 3
Actitud hacia la empresa privada

	Positiva	Indiferente	Negativa
preocupación por la comunidad en que está inserta	62.1% (+20.9)	3.0% (-7.3)	34.9% (-3.7)

(porcentaje de variación respecto a la encuesta inicial)

que refleja la incidencia positiva del curso.

Finalmente, el 95% de los participantes sigue manteniendo su posición de que recomendaría a sus alumnos iniciarse como empresarios.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos nos permiten señalar que se podría lograr cambios de actitud hacia los empresarios y hacia el emprender a través de cursos cortos. Sin embargo, aún se requiere profundizar más en la consistencia de la actitud, su intensidad en ese momento y especialmente la resistencia a cambiarla. Estas características son especialmente importantes cuando se trata de realizar programas de amplia cobertura con el objetivo de que se conozca y valore la labor empresarial.

Por otra parte, los cursos para estudiantes y jóvenes profesionales tienen por objetivo que éstos se inicien como empresarios, es decir, desarrollen un comportamiento empresarial. En ese sentido, nos interesa conocer los cambios de actitud generados por un curso sólo en la medida que éstos se traduzcan en su comportamiento. Sin embargo, la relación entre actitudes y compor-

tamiento ha sido cuestionada por algunas investigaciones concluyéndose que es débil, salvo que se tomen en cuenta las variables moderadoras² de contingencia, como son:

Una forma de lograr un nexo mayor entre actitud y comportamiento se logra al utilizar actitudes específicas y conductas específicas, por ejemplo, ¿recomendaría usted convertirse en empresario?, respecto a la conducta que desarrollaría como consejero. Otra variable moderadora es la experiencia que se tenga en la actitud específica, vale decir, si la actitud se deriva de una vivencia o es una situación muy lejana. Las presiones sociales y en general las restricciones sociales del comportamiento también actúan como moderadores. Así, aun cuando un alumno desarrolle una actitud positiva hacia el emprender no la traduce en comportamiento dado que es contraria a las normas del grupo social.

El presente estudio nos permite plantear que a través de cursos cortos podemos llegar a lograr cambios en la actitud de los participantes, especialmente en aquellos cuya posición no esté definida. Sin embargo, ello sólo nos permitirá predecir comportamientos en la medida que consideremos las variables moderadoras.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

P: Doctora, ¿se han observado algunas manifestaciones reales, luego de recibir el programa teórico, de que ellos pueden cristalizar esa idea en términos de algunas acciones empresariales reales, es decir, que hayan hecho negocios, hayan producido un producto físico y tratar de comercializarlo, para mirar el impacto real de esta idea, de esta teoría y cómo esa idea ellos la conciben como en una especie de empresa real?

R: La verdad es que el programa recién lo estamos iniciando, o sea, nosotros trabajamos en el diseño de esto durante el año pasado y a fines de año y a principios de este año hicimos este curso de profesores, y ahora, la semana pasada como le decía, se inició el curso para alumnos que va a estar funcionando durante todo este año y por lo tanto no tenemos resultados concretos, los vamos a tener en dos años más, en tres, etc., o sea recién podríamos allí hablar de un tema específico.

P: El programa básicamente está dirigido a profesores de cuarto de educación media y fundamentalmente se busca un cambio de actitudes en los muchachos, a través de los profesores. Quisiera saber, si de pronto ustedes lo tienen, acerca de programas para profesores que puedan trabajar con antelación a ese nivel cuarto, o sea que ellos pueden trabajar digamos a nivel de primaria; si tienen algo quisiera saberlo.

R: Nosotros básicamente comenzamos nuestro trabajo y nos centramos en el trabajo de profesores en la enseñanza técnica, por nuestro convencimiento de que a nivel técnico es donde los alumnos, los estudiantes realmente tienen la oportunidad de pasar rápidamente a formar su propia empresa, ya que cuentan con los conocimientos técnicos. No hemos desarrollado programas a nivel de enseñanza básica; no hemos estado en ello, la verdad, porque preferimos centrarnos en este otro nivel, así que lo siento, más adelante quizás.

P: ¿Quiénes son los profesores que desarrollaron el programa?

R: La verdad que los profesores son un grupo de psicólogos con los cuales trabajamos durante el año, de tal forma que la parte de la psicología clínica y la psicología organizacional la llevan a aplicaciones en el plano empresarial. Trabajamos con dos connotados historiadores durante el año para lo mismo, trabajamos con economistas en el mismo plano, con las personas propias de la escuela que están en la línea empresarial, ya estaba clarísimo, y también con un pedagogo con quien discutíamos de qué forma podía mejorarse desde un punto de vista pedagógico el traspasar esta idea empresarial. Entonces en el fondo son todos profesores universitarios en los distintos campos con los cuales nosotros trabajamos conjuntamente en largas jornadas, para lograr meterlos dentro de esta idea empresarial; ese es nuestro equipo.

P: Marta, me quedó sonando la inquietud de que los resultados se van a ver después de un tiempo, un año, dos años, quién sabe más. ¿Cómo se piensa hacer el seguimiento de eso para en realidad tener una manera de responder en forma más concreta, es decir, ya como resultado del experimento, a una pregunta como esa?

R: Tenemos un programa de seguimiento que involucra varias partes. La primera es que durante este año nosotros tenemos reuniones con los 30 profesores que están dictando los cursos, para ver los problemas que ellos han tenido, en qué necesitan más apoyo, etc.; eso durante el curso. Además, estamos con un programa durante el año en el cual se está viendo cuál es el resultado a ciertos test de los alumnos, para evaluar cómo va avanzando el curso (tests estandarizados a los 400 alumnos). Además de que tenemos un pedagogo a nivel central al cual le llegan todas las evaluaciones que se les hacen a los alumnos para ver el avance del

2. T.A. Heberlein and S. Black "Attitudinal Specificity and the Prediction of Behavior in a Field Setting" Journal of Personality and Social Psychology, April 1976.

curso; al finalizar éste hay un sistema de seguimiento de los exalumnos de los colegios en el cual año a año se les pregunta cuáles son las labores que están desempeñando y dónde están ubicados. En eso incluimos una parte para ver específicamente aspectos del curso que los alumnos hayan tomado. Esa es la forma de seguimiento que tenemos proyectada.

P: La pregunta mía básicamente se centra en la cultura y en la idiosincrasia del pueblo latinoamericano, y es que nosotros como latinos vivimos una cultura como de estómago, somos países donde abundan mucho las rifas, el ganar dinero y el triunfo personal mediante deseos de tener esto. ¿Entonces ustedes tuvieron en cuenta para desarrollar este estudio esta situación, la situación de que nosotros como latinos preferimos mucho la pereza o el poco trabajo al desarrollo del mismo?

R: La verdad es que nosotros la llamamos así. Cuando escuché "una cultura de estómago" dije: ¡Bah! ¿qué es eso? Nosotros hablamos de que tenemos una tradición minera, porque en

Chile las grandes fortunas se hicieron en torno a la minería y la minería básicamente tiene algo de que yo estoy en una mina y que repentinamente encuentro la veta y esto significa pasar de estar perdiendo dinero a facturar mensualmente 500 millones de pesos colombianos, así pero instantáneamente, o más. Entonces hay una cultura de ese tipo. Nosotros en ese sentido la tomamos en cuenta. Si uno mira los procesos de aprendizaje a nivel de estudiante y también en las personas adultas, una de las formas más efectivas a través de las cuales yo aprendí es a través de modelos, o sea modelos que para mí sean cercanos, y yo diga: O.k., yo puedo conseguir esa línea. Entonces nosotros lo que hicimos en el programa para profesores fue invitar a varios empresarios que fueran cercanos a los profesores, incluso uno de ellos profesor egresado de una escuela técnica, que uno rápidamente podía verse a sí mismo ahí, que logró una empresa exitosa. En ese sentido lo utilizamos y también lo incluimos de esa forma a través de los juegos para los programas de alumnos y de invitados cercanos para los alumnos. Esa fue la consideración que tuvimos.

Diagnóstico del pre-lanzamiento de las "PMI" y las "PI"

André Archer, Ph.D.

Profesor de Economía

PROBLEMÁTICA

Gracias a una estructura de organización ante todo simple que les otorga una gran flexibilidad de ajuste y de adaptación a los cambios, una facilidad de innovación y de creación de empleos, las pequeñas y medianas empresas son solicitadas airesamente por los gobiernos confrontados con los problemas de creación de empleos o deseos de acelerar el desarrollo económico de sus regiones. Para facilitar la tarea a los empresarios potenciales, los poderes públicos han concebido y han puesto en marcha (y esto a todos los niveles) un conjunto de organismos de vocación complementaria como los consejos regionales de concierto, los servicios municipales de desarrollo económico, las asociaciones de industriales, las cámaras de comercio locales, las corporaciones de desarrollo económico o comisionados industriales cuya tarea principal es el acuerdo mutuo, para favorecer la creación de empresas. La intervención de estos organismos se ha manifestado bajo diversas formas: formación de incubadoras que proporcionan locales y otros servicios, estudios de mercado, preparación de expedientes, búsqueda de fuentes de financiamiento, etc.

Por lo tanto, a pesar de toda esta tela y de las ayudas recibidas, se perci-

be que muchas PMI y PI tienen grandes dificultades para asegurar su supervivencia y su desarrollo. Según Zimmermer y Scarborough (1988), el índice de supervivencia de las pequeñas empresas es bastante bajo: un 80% desaparecen al cabo de su primer año de existencia y un 92% después de cinco años. Si estos fracasos se pueden interpretar como experiencia acumulada que podría, al extremo, ser utilizada para rectificar la situación de las PMI en un mismo caso de dificultad, dichos fracasos representan aun así un costo social de múltiple incidencia. Los esfuerzos consentidos por los organismos gubernamentales, las subvenciones acordadas, aún si el verdadero costo es difícil de estimar, son una pérdida rotunda por lo menos en lo inmediato. Además desde el punto de vista personal la pérdida de los ahorros acumulados, la herida psicológica infligida por el cierre de una PMI o PI, la pérdida de empleos, la destrucción del sueño de toda una vida son duros de soportar aun así para los más acostumbrados.

¿Por qué una tal situación? ¿Por qué el índice de fracaso de las PMI es tan elevado? La mayor parte de las investigaciones sobre las PMI y las PI parten de la hipótesis de que la motivación, el espíritu y el deseo de éxito que animan