

COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

AUTORES:

FRANCY GINETH HERNANDEZ BONILLA

SARA LUCIA RODRIGUEZ GOYENECHÉ

JULIANA SOFIA TRISTANCHO PLAZAS

**CARACTERIZACION DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE LOS
ESTUDIANTES DE JURISPRUDENCIA DE LA UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

PROYECTO DE INVESTIGACION

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA, 2014

COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

AUTORES:

FRANCY GINETH HERNANDEZ BONILLA

SARA LUCIA RODRIGUEZ GOYENECHÉ

JULIANA SOFIA TRISTANCHO PLAZAS

**CARACTERIZACION DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE LOS
ESTUDIANTES DE JURISPRUDENCIA DE LA UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

PROYECTO DE INVESTIGACION

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TUTOR: SERGIO ANDRES PULGARIN MOLINA

BOGOTA, 2014

Tabla de Contenido

RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
1. INTRODUCCIÓN	7
a. Planteamiento del problema.....	10
b. Justificación.....	10
Justificación de la propuesta de investigación con relación al proyecto del profesor y a la línea o programa de investigación al cual se inscribe.	11
c. Objetivo general.....	13
2. MARCO TEÓRICO	13
Aspectos demográficos	14
Características del emprendedor	15
Cultura	17
Entorno	20
3. METODOLOGÍA	22
Necesidades de logro:	23
Necesidades de afiliación.....	23
Necesidades de poder.....	24
4. RESULTADOS Y ANALISIS DE LA INFORMACION.....	26
5. CONCLUSIONES.....	41
6. RECOMENDACIONES.....	42
7. BIBLIOGRAFIA	44

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. CCE – Jurisprudencia (Empresa constituida)	26
Gráfica 2. CCE Jurisprudencia (Negocio Informal)	28
Gráfica 3. CCE – Jurisprudencia (Familiar Empresario).....	30
Gráfica 4. CCE – Pregrados de Jurisprudencia.....	31
Gráfica 5. CCE – Jurisprudencia (Rango de edad)	32
Gráfica 6. CCE – Jurisprudencia (Semestre)	34
Gráfica 7. CCE – Jurisprudencia (Género)	36
Gráfica 8. CCE – Jurisprudencia (Lugar de Nacimiento).....	38
Gráfica 9.CCE – Consolidado UR (Administración, Jurisprudencia y Medicina)	40

RESUMEN

Hoy en día, el emprendimiento se ha convertido en uno de los factores esenciales para promover el desarrollo y fomentar la evolución de la sociedad a nivel mundial. Enfocándonos en Colombia y más específicamente en una población delimitada, el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario desarrolló un estudio que permitiera medir la caracterización del perfil emprendedor de sus estudiantes, éste con el objetivo de identificar diferentes variables que inciden en el entorno de los estudiantes al momento de edificar su perfil emprendedor.

Por lo anterior, esta investigación se centró en realizar un análisis de la caracterización del comportamiento del perfil emprendedor de los estudiantes de Pregrado de la Facultad de Jurisprudencia de la Universidad del Rosario, la cual permitió comprender un perfil mucho más detallado a la luz de variables identificables.

Para su desarrollo, se utilizó la herramienta homologada a nivel internacional conocida como "Características del Comportamiento Emprendedor" o CCE de EMPRETEC basándose en la teoría de McClelland donde se observaron los factores motivacionales que se asocian directamente al comportamiento emprendedor. La metodología usada permitió caracterizar el comportamiento de los estudiantes de la facultad de Jurisprudencia de 1° a 10° semestre mediante la evaluación de 10 factores asociados a necesidades de logro, poder y afiliación.

PALABRAS CLAVE

Comportamiento, género, emprendimiento, individuo, jurisprudencia, cultura, entorno, aspectos demográficos, características del emprendedor.

ABSTRACT

Since ancient times man has strived to become better every day and increase his standards of life. Today, entrepreneurship has become one of the essential factors to promote the development and encourage the evolution of society worldwide. Focusing specifically in Colombia, increased entrepreneurial behavior patterns with an associated profile have become more noticeable in the young, since both universities and colleges have been instilling a culture that promotes and supports the development of ideas.

This is why this investigation focuses in the analysis of the characterization of the behavior of the entrepreneurial profile of undergraduate students of the Faculty of Law at the University of Rosario. In this sense we analyze the extent to which their attitudes are crucial for the implementation of projects in training, and to know on which semester there is a highest entrepreneurial profile and the relationship between its students and the development of new projects.

To develop this problem we used a tool recognized internationally known as entrepreneurial behavior or CCE EMPRETEC. This process was made according to McClelland theory where the motivational factors that are directly associated with entrepreneurial behavior were observed. The methodology used allowed us to characterize the behavior of the students of the Faculty of Law from 1st to 10th semester by evaluating 10 factors associated with needs for achievement, power and affiliation, in order to provide the necessary information to the center of entrepreneurship at the University of Rosario.

KEY WORDS

Behavior, Gender, entrepreneurship, individual, law, culture, environment, demographics, characteristics of the entrepreneur.

1. INTRODUCCIÓN

A partir de diferentes estudios, se ha logrado evidenciar que las instituciones representan una influencia particular y suponen un elemento explicativo en el comportamiento de los individuos. (Buendía, A, 2010) Esta influencia, se debe principalmente a las alternativas de conocimiento y toma de decisiones que motivan a las personas a actuar de una manera determinada.

Como antecedente, el institucionalismo surge bajo un movimiento de renovación que se da en Estados Unidos en los años 50 donde se plantea la comprensión de la sociedad a partir de instituciones formales y la efectividad del funcionamiento del individuo por medio de ideas sustentadas en su mayoría en la historia, la economía, la política, y las ciencias sociales. Estas últimas siendo el centro de estudio que conocemos hoy en día como universidad. (Montaner,1995)

(Finer, 2014)Se refirió al institucionalismo como la explicación objetiva del porqué de las cosas. Así, examina las principales instituciones políticas no solo en su estructura legal sino en cuanto a su funcionamiento y evolución, refiriéndose a ellas como instrumentos regidos por una agrupación humana en la que predomina una relación de poder entre sí.

Por otro lado, desde la perspectiva económica, Atkins, (1932) postulo en 1932 una teoría donde afirmaba que el institucionalismo debía poner más atención a las regularidades de las costumbres, los hábitos y las leyes en tanto que organizan la vida económica; ya que los individuos son influenciados por motivaciones que no pueden ser medidas cuantitativamente y por ende incitan a la evolución constante de su comportamiento.

La evolución de la sociedad hizo también que el institucionalismo evolucionara y permitiera el surgimiento de nuevas doctrinas y prácticas, haciendo que durante la década de los 70 y 80s las instituciones se volvieran más incluyentes.

Sin embargo, la sociedad contemporánea representa un complejo de instituciones y formas tradicionales de organización y reglamentación del comportamiento individual, basadas en la razón pero organizadas por el hombre.

De modo que, la doctrina neo institucionalista se centra principalmente en poner en evidencia las condiciones necesarias para el equilibrio social por medio del desarrollo de las ciencias económicas y sociales que sean propicias para que el hombre pueda adaptarse no solo al medio ambiente sino establecer interacciones legítimas e incentivar a los individuos a la acción individual (Vargas Hernández, 2014)

A pesar de los planteamientos y reformas que se han hecho a esta doctrina, el postulado anterior nos permite re evaluar su efectividad y considerar este nuevo institucionalismo como “sistemas flojamente acoplados” (Weick 1976; Cohen y March 1986; Cohen, March y Olsen 1972) al suponer una brecha entre su estructura y el cumplimiento de su función ya que principalmente responden a la demanda establecida por la sociedad dejando a un lado los cambios actuales que se observan en el mundo y que no fueron considerados en los primeros aportes.

Es por esto que el nuevo institucionalismo representa un insumo importante para la explicación de diferentes problemáticas del campo educativo, suponiendo que vivimos en una economía basada en el conocimiento es pertinente plantear a las instituciones educativas la necesidad de participar en nuevas formas de producción de conocimiento, explicar nuevas realidades educativas y relacionarlas con el comportamiento emprendedor de los estudiantes y su entorno.

Con base a lo anterior es importante mencionar que el nuevo institucionalismo es una de las corrientes teóricas económicas que mejor explica el desarrollo de las naciones y territorios, pues hace referencia a la trascendencia de las instituciones en el impulso del desarrollo de individuos, grupos sociales o un estado, frente a factores económicos, sociales y políticos, entre otros, además de “parametrizar” conductas o formas de pensar. (March and Olsen, 1983).

Es por esto que si en este punto, identificamos a “la universidad” como “la institución” podremos evidenciar a una comunidad activa con orientaciones colectivas de aprendizaje y desarrollo personal, generando así, no solo comportamientos similares, sino también generando relaciones interpersonales que benefician una dinámica colaborativa y de crecimiento social.

Volviendo un poco a la teoría, Douglas North, (1990) dice que las instituciones son *las reglas del juego en una sociedad, más formalmente son las limitaciones ideadas por el*

hombre que dan forma a la interacción humana. Por consiguiente, estructuran incentivos en el intercambio humano, sea político, social o económico. (Universidad de Manizales, 2013) En este sentido se puede ver a la universidad como un conjunto de reglas y valores que se enlazan para delimitar ciertos comportamientos. Comportamientos que están ligados a variables tanto históricas como costumbristas que delimitan aspectos evolutivos económicos, sociales, culturales y religiosos, que a medida que éstos se van transformando, las personas también. Geoffrey M. Hodson, (2005) señala que tener claridad sobre qué son las instituciones genera un mayor y más amplio entendimiento sobre el impacto que éstas generan tanto a nivel social como a nivel personal, pues hablándolo específicamente en las universidades, los individuos funcionan o actúan según su marco social.

Hoy en día, en Colombia, las instituciones de educación superior sobre todo, han comenzado a tener gran influencia en la formación de profesionales competitivos a nivel mundial por medio del desarrollo de capacidades emprendedoras desde cada una de las carreras que se encuentran en el mercado. Según la revista portafolio, las universidades de nuestro país se han venido preparando por medio de la red universitaria de emprendimiento (REUNE) buscando impulsar la creación de empresas en Colombia. Esta red es fruto de una Ley de 2006 que apuntó a fortalecer el emprendimiento desde la universidad y a motivar al estudiante mediante el aprendizaje de nuevas tecnologías.

Aunque REUNE sea de reciente creación, muchas universidades ya tenían dentro de su plan de formación un enfoque emprendedor para sus estudiantes. Teniendo en cuenta que lo que se busca como tal es darle cabida a la generación de ideas innovadoras y el desarrollo de las mismas, por medio de una fijación y cumplimiento de metas que a futuro permitan que el profesional egresado de la institución sea una persona exitosa y tenga la independencia que buscan.

Como es evidente, el emprendimiento ha tenido gran acogida por parte de las instituciones pero también es importante tener en cuenta que no sólo se trata de tener buenas ideas o de desarrollarlas sino que la experiencia hace parte fundamental para poner en marcha un negocio. William D. Bygrave (1991) define a un emprendedor como alguien que percibe una oportunidad y crea una organización para seguirla, así mismo describe el modelo ideal de emprendimiento, refiriéndose a que la base de este es precisamente el emprendedor y su voluntad por hacer que las cosas sucedan convirtiendo

las desventajas en ventajas, lo cual se logra sólo a partir de un conocimiento y experiencia adquirida.

Por las razones anteriores resulta pertinente describir el impacto de las instituciones y el entorno de los estudiantes para así determinar de qué manera estos aspectos influyen en su crecimiento y una vez con estos resultados, proponer cambios en las instituciones para fomentar el porvenir educativo y emprendedor de futuras generaciones.

Dentro del marco de investigación que se presentará a continuación se describen variables que pueden llegar a tener una fuerte influencia en el desarrollo de características que posee una persona emprendedora. Con fin de abordar el tema, se realizó un estudio que nos permite analizar la variación de comportamiento de una persona frente a cada una de las características teniendo en cuenta variables como el tiempo y el entorno.

Así mismo se puede inferir el impacto que están teniendo en específico la Universidad del Rosario desde diferentes perspectivas académicas en los estudiantes para que reaccionen de ciertas maneras frente a diversas situaciones. Dado que el objeto de estudio que se tiene es precisamente buscar esa diferencia en el ámbito educativo, teniendo en cuenta que el tipo de educación puede ser el factor clave que cause a través del tiempo el desarrollo y futura influencia de las personas en la sociedad.

a. Planteamiento del problema

¿Cuál es el impacto del entorno en el perfil o comportamiento emprendedor de los estudiantes de jurisprudencia de la universidad del Rosario?

b. Justificación

La facultad de Jurisprudencia de la Universidad del Rosario cuenta con estudiantes que poseen el potencial para convertirse en emprendedores y desarrollar un perfil tal que les permita desplegar nuevos proyectos y aplicarlos dentro y fuera de la universidad para enriquecer su espíritu empresarial. Esta problemática ya se ha investigado en las facultades

de Administración y Medicina, lo que nos permitirá ver desde otra óptica las características emprendedoras esenciales de un estudiante de Jurisprudencia.

Resulta pertinente realizar esta investigación ya que dentro de la institución muchos estudiantes a pesar de contar con el perfil emprendedor no se sienten motivados para desplegar sus ideas. El problema principal es que a pesar de que los estudiantes cuentan con ideas innovadoras y con el apoyo del centro UR Emprende muchos de estos proyectos empiezan pero no son concluidos. Con esta investigación se pretende abrir un espacio que además de estudiar las características esenciales de los estudiantes de la universidad nos permita valorarlo a la luz del marco teórico del emprendimiento, generando un cambio tal que permita involucrar en un futuro a otros actores que, porque no, les ayude a desarrollar y mejorar sus ideas.

Justificación de la propuesta de investigación con relación al proyecto del profesor y a la línea o programa de investigación al cual se inscribe.

La evolución de cada territorio está ligada a labores de investigación, por eso entre mas investigaciones, mayores niveles de desarrollo (Escuela de Administración, 2013). En el caso concreto de Colombia se dispone de pocos recursos para realizar investigaciones o para construir una cultura exploradora en pro de la evolución territorial. Por esta razón la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario se ha propuesto a diseñar, realizar y evaluar actividades investigativas con el ánimo de “incluir todas las temáticas que contribuyan a la perdurabilidad de las organizaciones” (Escuela de Administración, 2013).

Por lo anterior mencionado, la Dirección de Investigación de la Facultad determino varios y diferentes parámetros, los cuales, en este trabajo, se ven evidenciados de la siguiente manera:

- Línea de investigación: Gerencia
- Programa de la línea: Emprendimiento
- Nombre del proyecto: Caracterización del comportamiento emprendedor de los estudiantes de la Universidad del Rosario
- Profesor responsable del proyecto: Sergio Pulgarín

El GIPE (Grupo de Investigación en Perdurabilidad Empresarial) plantea que la gerencia privilegia el liderazgo, el pensamiento estratégico y la realidad empresarial los cuales son factores que influyen el perfil emprendedor de las personas, por tal motivo los parámetros fueron definidos de la manera anteriormente mencionada.

En suma y para tener mayor claridad acerca del por qué se hace esta investigación por medio de este procedimiento, cabe mencionar que la facultad de Administración entiende a la “administración” como la compaginación entre la dirección y la gerencia en donde se entiende a la primera como la definición de la política y la siguiente como el desarrollo de la misma (Escuela de Administración, 2013; Cardona, 2011), incorporando así diferentes contigüidades teóricas frente a la política, trazando como objetivo *“Identificar oportunidades gerenciales para las organizaciones que privilegien su tránsito hacia la denominada sociedad del conocimiento.”* (Escuela de Administración, 2013)

En consecuencia se evidencia que el programa de emprendimiento es el que más se acopla a esta investigación pues este establece agentes esenciales para el desarrollo, el progreso y la competitividad de las naciones (Escuela de Administración, 2013) demostrando que esta investigación buscara alcanzar el desarrollo de conceptos, tapando vacíos en el área de emprendimiento, generando modelos metodológicos y ofreciendo buenas herramientas para dar solución a problemas y clarificar estadísticas.

En este caso, realizaremos la investigación enfocada en los estudiantes de la facultad de jurisprudencia de todos los semestres, de la misma manera y con la misma metodología con las que se adelantaron las investigaciones en las facultades de administración y medicina en semestres anteriores. Todo esto con el fin de completar la información necesaria para la investigación en su totalidad en donde se pueda consolidar un documento en el que se especifiquen no solo las características y necesidades de los estudiantes a la hora de emprender un proyecto, sino las herramientas que se les pueden brindar desde el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario para el adelanto de éstos mismos y de formar mejores emprendedores a través del desarrollo de sus competencias partiendo del supuesto que todos los seres humanos poseemos algún grado de comportamientos emprendedores.

Finalmente, el estudio nos permite no solo hacer un análisis en general para encontrar aspectos en común de las facultades enfocándonos en cada variable, sino que nos permite al

mismo tiempo comparar y definir las diferencias de perfiles de estudiantes de cada programa académico que han sido objeto de análisis hasta el momento.

c. Objetivo general

Caracterizar el comportamiento emprendedor de los estudiantes de Jurisprudencia de la Universidad del Rosario.

2. MARCO TEÓRICO

Actualmente existe un gran interés por parte de entidades académicas, el gobierno y sujetos empresariales por el emprendimiento y el perfil emprendedor debido a la creación de nuevas empresas las cuales impulsan la economía de los países y suponen un desarrollo tanto interno como mundial, el cual dispone de una serie de recursos económicos, humanos, institucionales y culturales. (Pulgarín, S., Cardona, M. 2011)

El emprendimiento resulta ser uno de los temas que más ha tomado fuerza debido a la necesidad que tienen los profesionales de destacarse de la competencia y del entorno en el que se desenvuelven. Esto se debe principalmente a la cantidad de conocimiento e información disponible para ejercer y desarrollar de manera más rápida nuevos proyectos siendo el verdadero reto la sustentabilidad de los mismos a lo largo del tiempo.

Es por esto que el estudio del perfil emprendedor de los individuos resulta un tema de importancia a fin de encontrar patrones comunes que permitan su consecución para luego contrastarlos con aquellos que poseen los estudiantes de Jurisprudencia de la Universidad del Rosario.

Después de una revisión bibliográfica (CTR) Encontramos que una forma de clasificación de dichas características es a través de un conjunto de determinantes que hacen posible la construcción del perfil emprendedor. Estos determinantes son:

1. Aspectos Demográficos
2. Características del emprendedor
3. Cultura
4. Entorno.

Dadas estas categorías haremos una revisión más profunda de cada una de ellas que nos permitirá concluir acerca del comportamiento actual de los estudiantes y proponer mejoras para incrementar su espíritu emprendedor.

Basándonos en lo que entendemos por emprendimiento y en los conceptos explicados anteriormente podemos decir que las características del perfil emprendedor se convierten en una determinante para delimitar hasta qué punto una persona puede ser considerada como emprendedora y de qué manera sus características le brindan una capacidad para cambiar de perspectiva frente a necesidades inherentes, adaptarse a trabajar bajo presión y aun seguir considerándose exitoso en el campo empresarial.

Aspectos demográficos

La demografía nos ayuda a definir ciertos aspectos fundamentales acerca de la muestra poblacional y comportamientos o patrones que determinan las generalidades del estudio. Se ha encontrado literatura en la que los académicos estudian los aspectos demográficos para poder percibir el perfil emprendedor de un individuo ya que este análisis arroja resultados acerca de cómo los rasgos personales pueden tener similitudes en el comportamiento de un individuo si se ha madurado dentro de un mismo entorno (García, A., García, M. 2007). Entre los aspectos demográficos se encuentra la edad, género, el estado civil, el nivel de educación, la posición que ocupa entre hermanos, estrato social, entre otros.

El desarrollo de un estudio demográfico detallado para evaluar el perfil emprendedor de algún individuo permite realizar estimaciones frente a situaciones desconocidas, las cuales motivan o desmotivan a un individuo emprendedor, además de definir ciertos aspectos fundamentales como las muestras estadísticas y algunas generalidades que lideran el pensamiento emprendedor (Begley Y Tan, 2001)

Según la Universidad de las Palmas *“La autoconfianza, la capacidad de asumir riesgos y motivación frente al desarrollo de una idea son lo que verdaderamente permiten de la mano*

con la formación, ser hábiles en la comunicación y ejecución de un proyecto” (Díaz de Lezcano et al. 2007) y a pesar de que la formación universitaria brinda las bases para la formación profesional es desde la educación primaria y la infancia que las personas pueden explorar y desarrollar sus capacidades con mayor facilidad. Por lo general, las carreras profesionales donde se evidencia más el perfil emprendedor son en aquellas relacionadas con las ciencias económicas (Administración), Derecho y finalmente las relacionadas con las ciencias Sociales.

Universidades como la ULPGC (Universidad de las Palmas de Gran Canaria) han creado un centro que además de ser informativo hace un seguimiento a las ideas innovadoras de los estudiantes donde también se ofrecen seminarios sobre ideas nuevas de negocio. Otro ejemplo es la USE (Universidad de Sevilla) la cual tiene en cuenta las motivaciones empresariales además de la búsqueda de oportunidades establecida en un parámetro de calificación que va de alto, medio o bajo según la percepción que se tenga del entorno.

En el caso del perfil emprendedor latinoamericano, tomamos como referencia Panamá, donde la mayoría de los emprendedores se ven beneficiados al adquirir experiencia laboral antes de los 35 años. A pesar de esto sus proyectos no duran más de 5 años pues la motivación principal a montar un negocio o una idea emprendedora es el hecho de cambiar de empleo y buscar nuevas y mejores oportunidades.

Características del emprendedor

Las características del emprendedor se convierten en una determinante para este estudio debido a que estas nos ayudan a establecer los rasgos y actitudes esenciales que un emprendedor debe poseer para ser exitoso.

Por lo tanto resulta importante destacar que una de las características primordiales que debe tener un emprendedor es la capacidad para promover ideas y para su desarrollo en términos de las oportunidad empresariales (Guzmán, Santos, Francisco.2008) ya que puede ser explotada creando alianzas con otras personas y medios para optimizar los métodos de producción y segundo el emprendedor potencial donde el fundador de la empresa debe ser capaz de captar las necesidades y explotar las oportunidades para formar la empresa. (Guzmán, Santos, Francisco.2008)

Debido a la influencia que puede tener el entorno en la definición del perfil emprendedor se encuentran dos grupos específicos: los emprendedores activos y los emprendedores pasivos. (Chong G, 2011) Por un lado los emprendedores activos son aquellos que ya cuentan con una idea de negocio y así mismo un plan para su desarrollo, mientras que los emprendedores pasivos no cuentan con una idea de negocio definida y tampoco poseen la formación necesaria para hacerlo debido a que aún se encuentran en el proceso de desarrollo de sus capacidades. Otro rasgo diferenciador es la disposición y autonomía pues mientras que los emprendedores activos prefieren trabajar individualmente los emprendedores pasivos son más dependientes y prefieren trabajar de manera grupal.

Por otro lado, el emprendedor debe tener la habilidad de generar valor en entornos o ambientes diferentes y por ende debe estar alerta ante la aparición de nuevas oportunidades siendo capaz de tomar decisiones de manera rápida y asertiva. (Chong, 2011)

Resulta pertinente tomar como punto de comparación a Israel, un país que al igual que Colombia posee conflictos internos y donde los negocios se desarrollan en un contexto de adversidad. Por otro lado, es un país donde la cantidad de inmigrantes despierta la necesidad de sobrevivencia y la innovación se genera a partir de la competitividad. Según el inversionista Erel Margalit, (2010) “Un inmigrante es una persona sin dinero en búsqueda de oportunidades. Una nación de inmigrantes es una nación de emprendedores” Si bien la cultura emprendedora de Israel se forma a través de la multiculturalidad, la necesidad, competencia y adversidad se genera en un entorno de guerra donde el servicio militar tanto en hombres y mujeres hace que se despierte un instinto de sobrevivencia y superación de conflictos en un ambiente hostil.

Hoy en día, Israel es el país que tiene las tasas de emprendimiento más altas, se sabe que de 3.850 emprendimientos de alto impacto, uno por cada 1.844 israelíes. (Dinero, 2010) y a diferencia de Colombia que posee características geográficas más competitivas el nivel de emprendimiento es mucho menor.

Más que características, al hablar de emprendimiento hablamos de actitudes y de maneras de afrontar situaciones basados en nuestra propia experiencia. De tal manera que el optimismo se convierte en una de las actitudes con mayor peso en un emprendedor, estar bien rodeado y tener buenos contactos facilitan la ejecución apropiada de nuevas ideas.

De la mano con el optimismo viene la creatividad. Según Teresa Amabile (2012) la creatividad se basa en un modelo de tres componentes, los cuales son la experiencia, las destrezas creativas y las tareas motivantes. Estos componentes permiten al ser humano desarrollar habilidades cognitivas innatas que por medio de entrenamiento pueden conducir a generar una percepción motivacional diferente.

Cultura

Para efectos del estudio, definimos la cultura como una de las determinantes que nos permitirán tener un mayor acercamiento a la caracterización del perfil emprendedor, ya que la influencia de los valores culturales en el individuo es uno de los factores que define la actividad emprendedora (Tiessen, 1997; Steensma, Marino y Weaver, 2000). Investigaciones previas han mencionado y le han dado importancia a la cultura ya que actualmente hay una globalización económica y social creciente que escoge nuevos grupos de variables las cuales determinan e identifican preferencias y actitudes de los individuos. (Zander y Romani, 2004).

En este sentido, hacemos referencia específica a la cultura nacional, ya que los emprendedores actúan de diferentes maneras dependiendo el estado social en el que viven, y esto define el tipo, calidad y maneras de emprendimiento (Beumol 1990).

Las personas emprendedoras no actúan en el vacío, siempre se notan comportamientos en los cuales se perciben los entornos sociales y culturales en los que se desarrollaron. Junto a las variables demográficas la cultura influye en el individuo desde el modo de proceder o actuar demostrando la cantidad y la calidad de la iniciativa empresarial (Minniti, 2009)

Dentro de las variables que consideramos importantes para definir de mejor manera este determinante, encontramos:

1. El tipo de desarrollo de las naciones
2. Diferencia de géneros
3. El nivel de estudio
4. Diferencias sociales
5. Influencias sociales
6. Locus de control

7. Entorno familiar

El tipo de desarrollo de las naciones es un variable que marca la diferencia en las distintas culturas del mundo. Teniendo en cuenta que no sólo nos referimos a un desarrollo de tipo económico sino también social, en donde se evidencia que las personas que viven en naciones con mayor desarrollo cuentan con más independencia y oportunidades a la hora iniciar proyectos (Guzmán, Santos, Francisco.2008)

Ligada a la anterior variable encontramos la diferencia de géneros, ya que en términos culturales el papel del hombre y la mujer son muy distintos dependiendo de las costumbres de las zonas donde se encuentren y de la manera en como es catalogado cada género. Por ejemplo, las percepciones que se tienen del mundo difieren al ser un hombre o una mujer, lo cual se percibe al momento de dirigir o de gestionar una empresa, según estudios se demuestra que las mujeres tienen una tendencia de estilos de dirección más participativos. (Ramirez, Casado, López,. 2010)

Por otra parte, se tiene la creencia de que los hombres son más determinados a la hora de tomar decisiones siendo más tolerantes y fuertes, aspecto que se evidencia más en los países con mayor desarrollo y las economías más avanzadas, según se muestra en el comportamiento emprendedor de los alumnos de la universidad de Sevilla y en la ULPGC donde existe una diferencia de 12.2% de las mujeres con respecto a los hombres. (Díaz de Lezcano et al. 2007)

Según la RAE, la determinación se define como osadía y valor. Es decir las ganas, voluntad y empeño para actuar y tomar decisiones a partir de situaciones específicas. Por lo tanto la determinación hacia el emprendimiento puede ser descrita como aquellas acciones que por medio de un esfuerzo le permiten al ser humano desarrollar actividades para alcanzar un objetivo y beneficiarse de él.

Por su parte, en la variable del nivel de estudio se ha encontrado que los individuos con mayor nivel educativo son aquellos que demuestran un mayor comportamiento emprendedor. En estos casos es importante tener en cuenta que este aspecto está relacionado directamente al perfil demográfico, sin embargo teniendo en cuenta el punto de vista cultural, se fundamenta en el pensamiento que se les inculca, los valores que vienen desde el hogar y que se terminan de desarrollar durante el crecimiento de las personas.

Si se va a analizar el perfil emprendedor de los estudiantes de jurisprudencia de la universidad del Rosario, sería interesante plantear algo de lo que propone (Wennekers y Thurik, 2001) sobre la cultura y el sistema educativo, ya que la cultura define ciertos aspectos como las reacciones que se pueden encontrar al fracasar, además de la valoración que tienen los emprendedores dentro de una cultura de desarrollo social.

Por ejemplo la educación en Andalucía demuestra que existe una necesidad de independencia en la personalidad de las mujeres empresarias, por la misma necesidad de tener autonomía y tomar sus propias decisiones, lo cual motiva tanto a la mujer como al hombre a ser emprendedores (Ramírez, A., Casado, M., López, J. 2010).

Los comportamientos sociales se producen bajo una educación de un marco geográfico particular, el cual trae consigo valores y creencias mantenidas por la población que habita en este territorio. Los valores y creencias mencionados anteriormente afectan los procesos de percepción, interpretación y comportamiento de los individuos (Hofstede, 1984, 2001; Earley, 1997). A partir de este planteamiento se puede decir que las medidas culturales obtenidas a nivel grupal pueden demostrar un efecto en resultados analizados los cuales correspondan a corrientes comunes percibidas como un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por los individuos de un mismo lugar y que determinan las relaciones interpersonales que establecen y el comportamiento de ellos mismos. (García, A., García, M. 2007)

En sociedades con culturas favorables a la empresarialidad es más factible que las personas deseen emprender para ganar reconocimiento social, para ser independientes o para seguir los pasos de otros empresarios a los que admiran (modelos de rol). (Hugo Kantis, 2004)

De otro lado, (Wennekers y Thurik, 2001; McGrath y otros, 1992) afirman que distintos aspectos culturales, como la valoración social del emprendedor, las actitudes frente al riesgo de fracasar y la presencia de modelos empresariales ejemplares, constituyen factores culturales que inciden sobre la formación de vocaciones para emprender.

El locus de control¹, correspondería a la convicción personal de que los acontecimientos que se producen en la vida diaria son el resultado de la eficacia del comportamiento de cada

¹El locus de control está referido a un rasgo de personalidad de los individuos. Rotter (1966) originalmente lo definió como una creencia sobre la relación entre las acciones que uno realiza y el resultado real alcanzado. Entonces correspondería a con la convicción personal de que los acontecimientos que se producen en la vida

individuo, de sus habilidades y sus esfuerzos. Entonces es posible decir que los individuos de mayor locus de control interno en el trabajo muestran un mayor comportamiento emprendedor.

Finalmente, uno de los componentes más importantes en la determinación hacia el emprendimiento es la influencia de la familia, pues resulta más fácil para una persona desplegar proyectos si sus familiares o antepasados han seguido la misma tradición. Algunas investigaciones toman en cuenta el entorno familiar como factor determinante en los perfiles emprendedores, es el caso de la investigación realizada por la ULPGC ya que para ellos el entorno familiar tiene mucho peso en la toma de decisión de crear empresa o no; es decir si se es parte de una familia de independientes se van a tener menos obstáculos para formar empresa ya que con la experiencia puede saber que obstáculos existen (Morgan 2003).

Por otro lado si se viene de una familia donde la tradición ha sido la de estudiar para ocupar un cargo e ir escalando a medida de lograr buenos resultados (Langowits 2003) no se formaran redes de conocimiento empresarial.

Las redes de conocimiento empresarial, la motivación y el capital humano se han definido por Lerner (1995) como más importantes que el aprendizaje social; ya que según un estudio (Aldrich and Martinez 2001, Gatewood 2009) encontraron que al activarse esas redes de conocimiento era posible que los individuos tuvieran una visión de búsqueda de capital, además de aventurarse a realizar inversiones en sus propios negocios.

Entorno

El papel del entorno en el perfil emprendedor permite percibir la manera en la que un individuo puede actuar en diferentes ambientes bajo circunstancias específicas. Si bien el entorno muchas veces limita y determina la viabilidad de un proyecto, es el emprendedor el único que puede percatarse de distinguir sus necesidades y por ende desarrollar una idea que no solo sea factible sino que además sea aceptada por la sociedad.

Debido a la competencia que se da hoy en día en diferentes campos es el entorno el que marca la pauta de las tendencias a seguir y por lo tanto se vuelve primordial explotar los

diaria son el resultado de la eficacia del comportamiento de cada individuo, de sus habilidades y sus esfuerzos. Entonces es posible decir que los individuos de mayor locus de control interno en el trabajo muestran un mayor comportamiento emprendedor.

recursos naturales para de esta manera recibir al mercado con un producto innovador y que se pueda adaptar fácilmente a la demanda del mercado supliendo sus expectativas y creando eficiencia en un mercado competitivo.

Para explicar esta característica se desarrolló una simulación basada en la globalización y la dinámica del mercado de comidas donde se afirma que los mercados están en desequilibrio y que es más fácil sacar ventaja de aquellos que sienten una presión y una amenaza basada en la hiper competencia². Al finalizar el estudio se concluyó que los mercados que poseen mayor dinamismo se mueven más rápido y tiene más posibilidades de triunfar debido a la competencia de otros ambientes. (Westgren, 2012)

Así, la empresa establece metas por cada nicho y cuando no puede cumplirlas es re direccionada a otro para buscar oportunidades nuevas. El principal objetivo de esta simulación es la interacción en diferentes ambientes y al mismo tiempo la visualización de oportunidades para maximizar los recursos y elevar la competitividad en el medio.

Los resultados mostraban que en escenarios homogéneos siempre había una persona que dominaba la estratégica, y cuando existía una baja eficiencia las empresas solo eran rentables con recursos altos.

El resultado del estudio indicaba que las capacidades emprendedoras tienen gran impacto en la creación de ambientes competitivos³. Los estudios hechos en cada ambiente indican que las empresas exitosas deben tener aspiraciones altas para así adquirir ganancias altas y esto no solo indica que el emprendedor debe ser la única persona sino que además el hecho de actuar de manera emprendedora también implica diversificar y desarrollar mecanismos para reducir la incertidumbre.

² Similar al concepto de estrategia competitiva de Michael Porter, la hiper competencia es un concepto creado por Richard A. D'Aveni el cual describe un tipo de competencia extendido el cual no sigue ningún tipo de reglas establecidas y es comparado con los movimientos de la Segunda Guerra Mundial.

³El ambiente competitivo comprende a las organizaciones o agentes que de forma específica interactúan con la organización y a las relaciones que con estas se establecen. Se basa en el modelo de Porter y se tienen en cuenta aspectos como amenaza de los competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los clientes, amenaza de productos sustitutos y rivalidad de las empresas del sector.

3. METODOLOGÍA

Basándonos en la metodología del trabajo de investigación “Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del Rosario” realizado por Sergio A. Pulgarín M. y Marleny Cardona A., se realizará un enfoque metodológico conocido como: características del comportamiento emprendedor (CCE), que relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland con variables relacionadas al perfil emprendedor, donde los estudiantes tendrán la posibilidad de responder a un cuestionario clarificando su total acuerdo o total desacuerdo para cada aspecto.

Este estudio se realiza debido a las inquietudes que se presentan en el área de emprendimiento de la Universidad del Rosario frente a cada uno de los indicadores importantes a la hora de reconocer las competencias del perfil de una persona emprendedora. Para alcanzar los objetivos específicos propuestos tanto el estudio y análisis de datos de las encuestas realizadas nos permitirá relacionar aquellos estudiantes que medidos por la escala de Likert poseen una tendencia más alta tanto por influencias demográficas como aspectos económicos y socio culturales y de igual manera con el centro de emprendimiento se definirá la estructura estratégica en relación con el desarrollo de sus competencias. Razón por la cual el instrumento a usar permite medir las variables que facilitan la identificación tanto del perfil como del comportamiento de los estudiantes como emprendedores con el fin de proyectar metas de desarrollo en un mediano plazo.

La herramienta más pertinente, por su validez científica y congruencia con la información necesitada es preparándose para emprender (EMPRETEC) ya que consta de varios componentes para valorar aspectos tales como comportamiento emprendedor (CCE), habilidades emprendedoras y perfil emprendedor. Esto nos permitirá no solo estructurar de manera organizada las variables demográficas esenciales que se necesitan para poseer un perfil emprendedor sino también conocer la cantidad de estudiantes que poseen un perfil emprendedor y lo han puesto en práctica para el desarrollo de nuevos proyectos. Como se mencionó anteriormente, el componente CCE relaciona el modelo teórico de McClelland, con un grupo de variables las cuales se relacionan con la personalidad de una persona emprendedora, estas variables se validarán por medio de 55 preguntas en el cuestionario las cuales arrojarán el comportamiento emprendedor individual. Estas se categorizan de la siguiente manera:

Necesidades de logro:

- **Ser persistente:** Significa ser firme y constante durante un largo periodo de tiempo, superando obstáculos y enfrentándolos, logrando encontrar estrategias para la solución de problemas. Esto hace que el emprendedor logre cumplir sus metas y objetivos generando así buenos resultados
- **Buscar oportunidades e iniciativa:** Una persona emprendedora busca por todos los medios logras sus metas y objetivos no espera a que las circunstancias le ayuden, actuando por iniciativa propia, esto genera ventaja sobre las demás personas u organizaciones.
- **Buscar riesgos calculados:** El emprendedor buscara siempre evaluar cada situación para que de esta manera no sea tomado por sorpresa y así poder reaccionar, los riesgos los evalúa deliberadamente para poder reducir riesgos y controlar los resultados.
- **Exigir eficiencia y calidad:** Para que las metas y objetivos sean cumplidos, el emprendedor busca ser proactivo generando agilidad pero no dejando de lado los procesos y requisitos para ofrecer un buen producto o servicio.
- **Cumplir compromisos:** Cumple con sus obligaciones haciendo un poco más de lo esperado, trabaja con buena voluntad e intenta asumir responsabilidades en pro de generar ganancias a largo plazo. Se nota una iniciativa y esmero en la realización de su trabajo para satisfacer su círculo laboral y social.

Necesidades de afiliación:

- **Planificar sistemáticamente:** Es de suma importancia clarificar que todo tiene fecha de entrega pues esto genera organización, asignación de tareas y preparación previa de todos los involucrados.
- **Buscar información:** Estar informado es tener un paso mas delante de los competidores, recurrir a las diferentes fuentes de información genera conocimiento extra el cual le da ventaja competitiva a cualquier organización o individuo.
- **Fijar metas:** Al tener una visión clara de una necesidad, se fijan retos tanto personales como grupales lo cual hace que las personas se sientan en la

necesidad de cumplir, ya sea a corto o a largo plazo

Necesidades de poder:

- **Ser persuasivo y construir redes de apoyo:** Un buen trabajo en equipo será mejor que un trabajo individual por eso es importante delegar personas que motiven al equipo para ser mejor y para ser más eficaces, personas que enfrenten cualquier ambiente laboral y logre motivar a su círculo para alcanzar las metas propuestas.
- **Autoconfianza e independencia:** Quererse y aceptarse a uno mismo promueve a la persona a desenvolverse de una mejor manera y tener seguridad para enfrentar retos y alcanzar metas.

Para el desarrollo de esta investigación se ha decidido realizar investigación cuantitativa ya que esta además de ser confirmatoria está orientada a los resultados y nos permite establecer criterios para generalizar los datos obtenidos en las encuestas.

Por otro lado la investigación cuantitativa nos brinda la oportunidad de relacionar variables demográficas como género, edad, estado civil, etc. entre los mismos estudiantes de jurisprudencia y esto junto con la muestra representativa de nuestra población nos permite ser más específicos a la hora de realizar el estudio disminuyendo su grado de complejidad y costos para obtener veracidad sobre los resultados.

Los participantes involucrados en el desarrollo de la Metodología, serán además del investigador principal Sergio Pulgarin; Francy Hernández, Sara Rodríguez y Juliana Tristancho como co- investigadoras, Por otro lado, se contará con la ayuda del centro de Emprendimiento que permitirá establecer una conexión entre la Facultad de Administración y la Facultad de Jurisprudencia que serán las encargadas de aprobar su ejecución.

Teniendo en cuenta el conjunto de variables asociadas a la personalidad del emprendedor, el cuestionario será organizado mediante una estructuración de 55 preguntas que por separado dan resultado a una caracterización del comportamiento del individuo categorizado en 10 variables asociados a emprendimiento. Estas son ser persistente, buscar oportunidades e iniciativa, buscar riesgos calculados, exigir eficiencia y calidad, cumplir con los

compromisos, planificar sistemáticamente, buscar información, fijar metas, ser persuasivo y finalmente autoconfianza e independencia. Las encuestas serán aplicadas a mínimo 3 salones de cada semestre de la facultad de Jurisprudencia desde 1 semestre hasta 10 semestre, donde como ya se había mencionado anteriormente los resultados serán evaluado en una escala Likert de 1 a 5 donde por medio de situaciones de la vida diaria la persona debe responder de la siguiente forma:

1=Nunca es cierto.

2 = Raras veces es cierto.

3 = Algunas veces es cierto.

4 = Usualmente es cierto.

5 = Siempre es cierto.

Una vez obtenidos los resultados se agruparan por número de preguntas y cantidad de respuestas clasificándolos en las mismas 10 variables mencionadas anteriormente junto con la ayuda de un diagrama radial que permitirá la múltiple exposición de estas variables y facilitara su análisis.

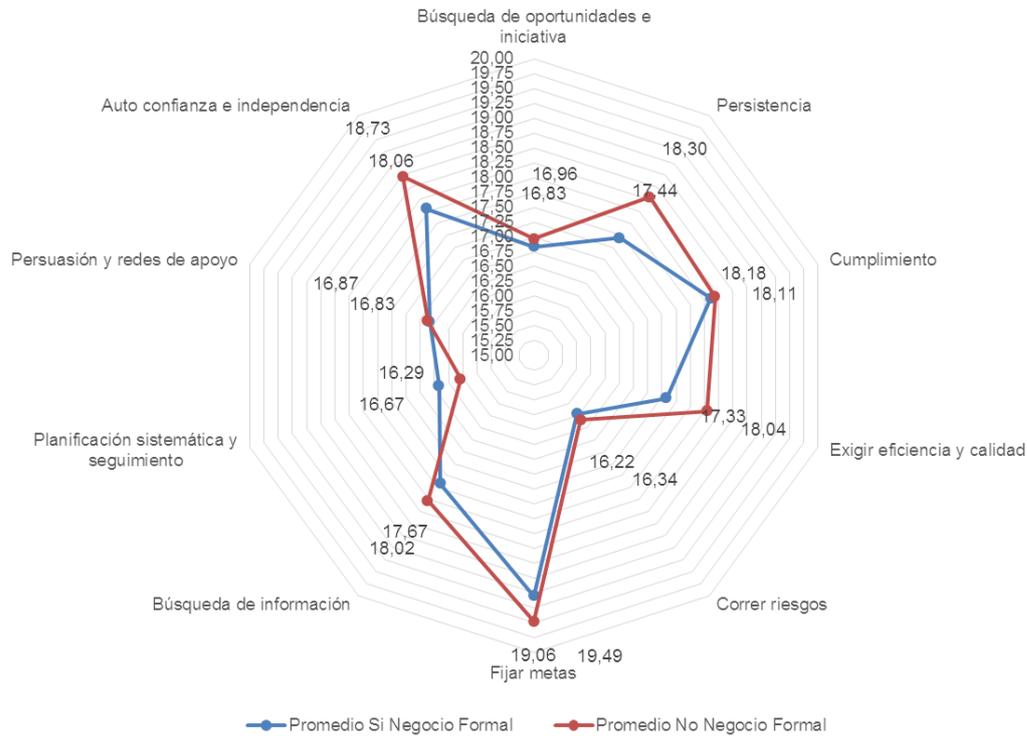
Tabla 1. Distribución de encuestas por semestre

Facultad	Semestre	No. de Estudiantes
Jurisprudencia	1	40
	2	26
	3	30
	4	28
	5	43
	6	26
	7	22
	8	21
	9	31
	10	41

Fuente. Autores

4. RESULTADOS Y ANALISIS DE LA INFORMACION

Gráfica 1. CCE – Jurisprudencia (Empresa constituida)



Fuente. Autores

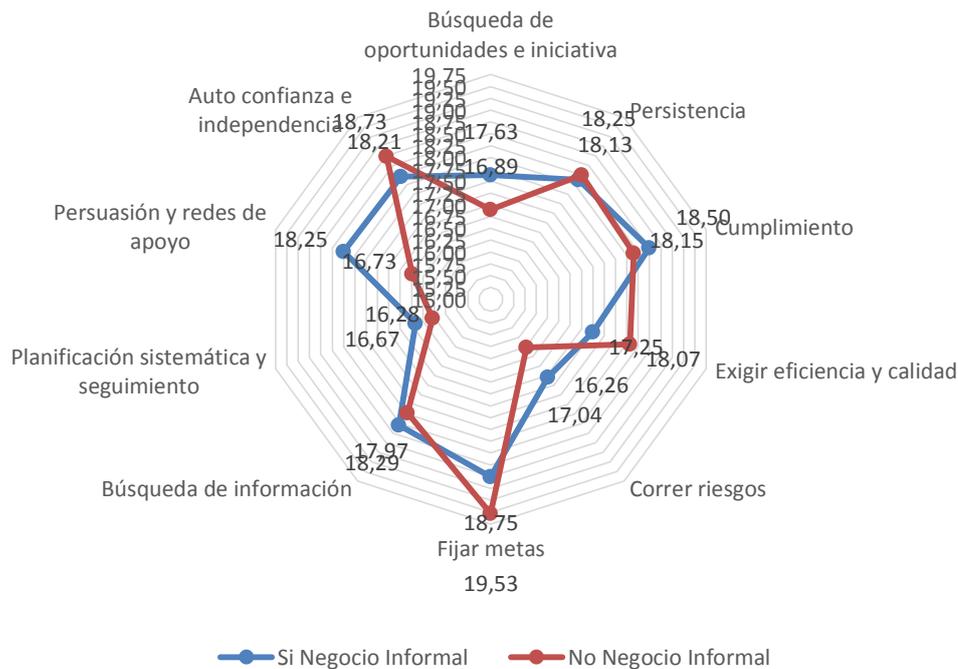
A lo largo de esta investigación se pudo evidenciar que el negocio informal tiene más fuerza frente al negocio formal, resultado que se ratifica en las gráficas. Como lo demuestra la gráfica radial de “empresa constituida” el único indicador que es más alto en el negocio formal es el de la planificación sistemática y seguimiento, lo cual significa que, como es de suponerse, las personas que tienen un negocio formal tienen un nivel de compromiso más alto y más estructurado al momento de planear sus operaciones, ya sean ventas o procesos, y que el seguimiento es mucho más arduo debido a la formalidad de su negocio y lo que ésta constitución trae consigo (como las responsabilidades jurídicas, por ejemplo).

Como segundo dato importante se puede ver cómo la fijación de metas representa el indicador más alto con un 19,49 para los negocios no formales y con un 19,06 para el negocio formal. Esto refleja la importancia de fijar metas para alcanzar los objetivos empresariales y personales, para alcanzar el éxito deben haber sueños, los cuales deben ser cumplidos y propuestos por uno mismo (o por los empresarios). Dicho de otra manera es necesario planificar a futuro nuestras tareas en orden de alcanzar los objetivos (Chong G, 2011)

Por otro lado, hay cuatro indicadores que no presentan una diferencia significativa entre negocios formales e informales, como lo es la persuasión y las redes de apoyo con un indicador de 16,83 y 16,87, lo cual sorprende un poco, pues las empresas constituidas, sean formales o informales, deberían contar con canales de comunicación o redes de apoyo que persuadan a un cliente en potencia, por esta razón creemos que el indicador debería ser un poco más alto. Asimismo, la búsqueda de oportunidades e iniciativa no tiene promedios muy altos, pues varían entre 16,96 y 16,83, que aunque no son bajos, se esperaría que los empresarios buscaran la manera de aumentar este indicador, pues hoy en día la facilidad de búsqueda está al alcance de cualquier persona, ya sea buscando información por internet o acercándose a entidades que les colaboren, como la Cámara de Comercio de Bogotá que cuenta con programas como Bogotá emprende para ayudarlos, por ejemplo.

Un factor de suma importancia para toda empresa constituida es el del cumplimiento, pues con éste se genera reconocimiento y fidelización de clientes, entre otras, lo cual puede ayudar a hacer crecer la empresa y a tener una mayor estabilidad económica y laboral. Por esta razón, seguramente los promedios de este indicador no varían mucho entre ellos, con valores entre 18,11 y 18,18. El último indicador que no presenta valores con mucha diferencia entre negocios formales e informales es el de correr riesgos, con valores entre 16,22 y 16,34, presentándose como el indicador de menor probabilidad. La literatura ahonda un poco en este tema diciendo que si todos los empresarios fueran arriesgados y supieran en qué arriesgarse, el mundo estaría repleto de empresarios multimillonarios, pero he aquí el dilema, pues todo empresario, sea grande o pequeño, formal o informal, le teme al riesgo de una manera u otra, es por esto que los empresarios deben correr riesgos calculados, no rehusar desafíos pero tampoco ser jugadores, evitando situaciones donde el riesgo sea muy pequeño, ya que estas no implican retos ni prometen grandes cosas, además de aquellas donde el riesgo es excesivo, pues aquí lo que se busca es el éxito.(García, A., García, M. 2007)

Gráfica 2. CCE Jurisprudencia (Negocio Informal)



Fuente. Autores

El resultado de esta clasificación arroja resultados interesantes para esta investigación. Como se observa en la gráfica esta variable fue construida a partir de dos hechos: poseer negocio informal y no poseerlo. De esta manera, para el caso del establecimiento de un negocio informal se obtuvo una media de 17,51 donde las variables con mayor puntuación fueron fijación de metas con un valor de 18,75; cumplimiento con 18,50 y búsqueda de información con 18,29. Por su parte, las variables que recibieron una menor puntuación fueron planificación sistemática y seguimiento con 16,67; correr riesgos con 17,04 y exigir eficiencia y calidad con 17,25.

A su vez, para la variable donde no se posee negocio informal se obtuvo una media de 17,89. En este caso las tres variables con mayor puntuación fueron fijar metas con 19,53; autoconfianza e independencia con 18,73 y finalmente búsqueda de información con 18,29. En contraparte las tres de menor calificación fueron persuasión y redes de apoyo con 16,73; planificación sistemática y seguimiento con 16,28 y correr riesgos con 16,26.

La representación de los resultados de esta grafica corresponde a una de las tres más importantes para nuestro caso de estudio ya que una de las principales características del emprendimiento se refiere a la habilidad para capturar nuevas oportunidades y una de ellas puede ser la constitución de cualquier tipo de negocio. Entendiendo como negocio informal a aquel tipo de ejercicio que puede ser desarrollado tanto dentro como fuera de en este caso el plantel educativo y que en su mayoría corresponde a la venta de algún producto al por menor.

Haciendo referencia a esto y teniendo en cuenta los dos grupos de emprendimiento encontramos que los emprendedores activos (aquellos que ya tienen una idea definida de negocio) (Chong, 2008) poseen una concepción diferente y cuentan con mayor capacidad para asumir escenarios que reflejan incertidumbre, mostrando una propensión del comportamiento emprendedor apoyado en la autoconfianza y la persistencia.

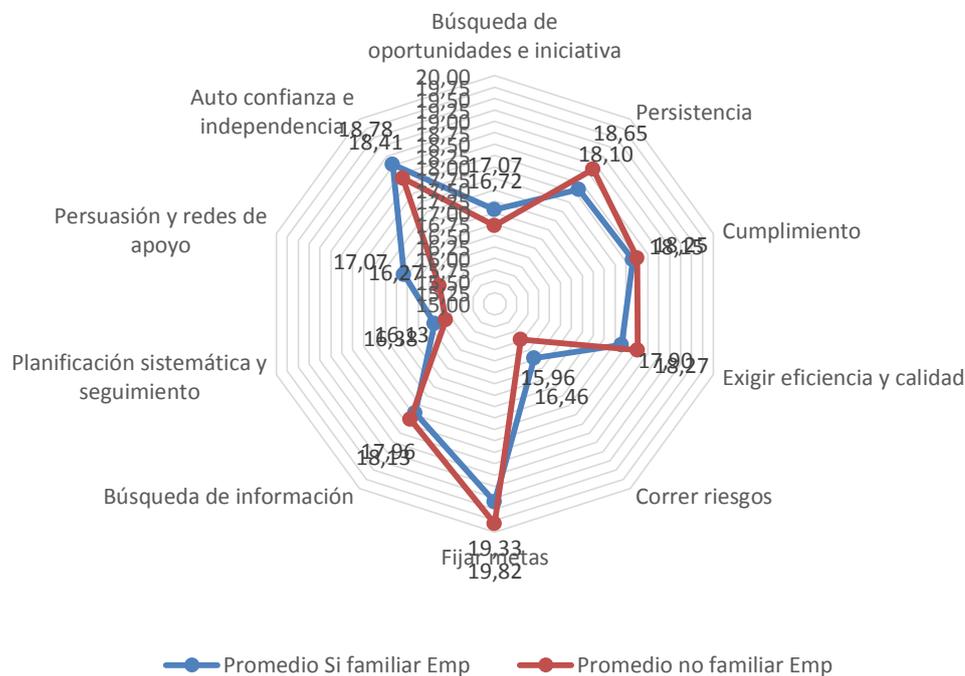
Por otro lado, a pesar de que la fijación de metas resulta ser la característica más importante y con mayor puntuación tanto para negocio formal como informal, la gráfica evidencia una brecha significativa en la mayoría de las variables, entre ellas, correr riesgos. Para aquellos que poseen un negocio informal esta característica a pesar de tener una puntuación baja es un desafío que los estudiantes están dispuestos a asumir. Una posible hipótesis podría hacer referencia al hecho que los estudiantes son conscientes y están dispuestos a probar estrategias de mercado con el fin de posicionar su producto y obtener mayores ingresos, donde además la persuasión y las redes de apoyo constituyen un soporte fundamental en el crecimiento del mismo.

Otra posible hipótesis podría fundamentarse en el hecho de que el apoyo y la presión de equipo plasman un porcentaje considerable a la hora de tomar decisiones y que la presión y facilidades con las que se cuentan hoy en día para darse a conocer en el mercado son mayores. La disponibilidad de información permite crear una red de información que puede estar al alcance de todos y es mejor aprovechada en países como el nuestro donde la captación de oportunidades es alta y donde la mayoría de los negocios son establecidos de manera informal debido a las necesidades económicas y la creciente competencia.

Si bien el perfil del individuo constituye un factor esencial en la identificación de una oportunidad de negocio y capacidad de llevarlo a cabo, es fundamental el respaldo de organizaciones que puedan estar involucradas para brindar apoyo en su planificación

sistemática y seguimiento pues esta es una de las áreas donde los estudiantes presentan mayor debilidad.

Gráfica 3. CCE – Jurisprudencia (Familiar Empresario)



Fuente. Autores

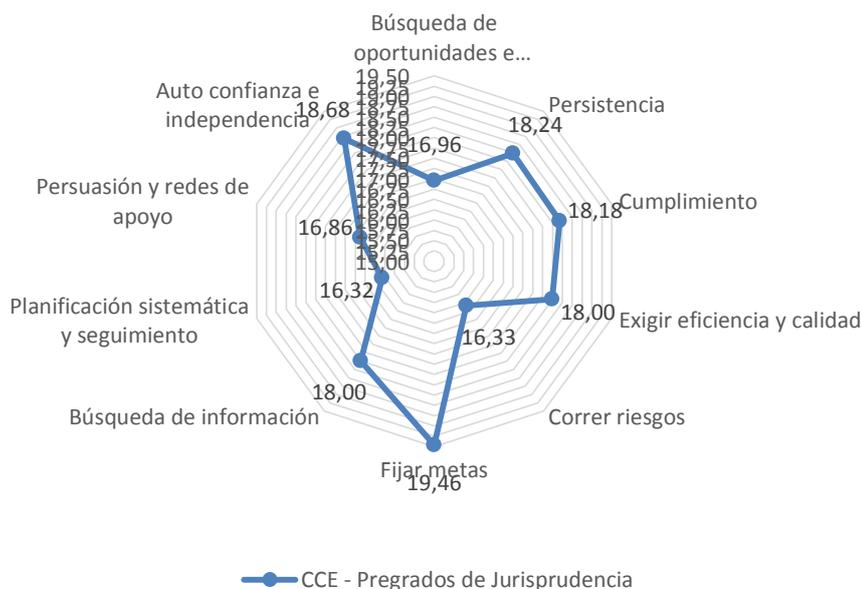
Dentro del marco de nuestra investigación una de las variables a la cual se le hizo mayor énfasis por su importancia dentro del determinante de cultura es precisamente el entorno familiar.

Los resultados en este caso nos arrojan que aquellas estudiantes que tienen familiares empresarios tienden a tener una mayor autoconfianza e independencia 18.78, lo cual puede ser debido a lo que se ha mencionado anteriormente con respecto a la facilidad que tienen para iniciar proyectos o por seguir con el negocio que ya está formalizado. Por otro lado, tienden a correr riesgos 16.46, pero cabe aclarar que esto se debe al hecho que por ya tener una tradición de años atrás se tiene un cierto conocimiento de lo que pueda pasar a la hora de formar empresa, por lo tanto están más preparados ante cualquier dificultad.

De igual manera, encontramos que hay una mayor persuasión y redes de apoyo así como un interés por la búsqueda de oportunidades. Y esto puede estar totalmente relacionado con lo mencionado anteriormente ya que se lleva un gran ventaja de conocimiento por el mercado que quieren explorar si es el caso de continuar con lo que ya tienen, o si es algo nuevo por buscar ese cambio y esas nuevas tendencias que podrían marcar el punto de partida de los nuevos empresarios.

A diferencia de la teoría, en la cual esta variable es uno de los factores más importantes para determinar el perfil emprendedor, resulta también interesante ver en el consolidado de este estudio que aquellos que no cumplen con esta variable tienen resultados muy similares, e incluso en algunas variables, resultados un poco mayores a quienes cuentan con un familiar empresario. Es aquí donde justamente se refuta a (Langowits 2003) quien postula que si se viene de una familia donde la tradición ha sido la de estudiar para ocupar un cargo e ir escalando a medida de lograr buenos resultados no se formarían redes de conocimiento empresarial.

Gráfica 4. CCE – Pregrados de Jurisprudencia

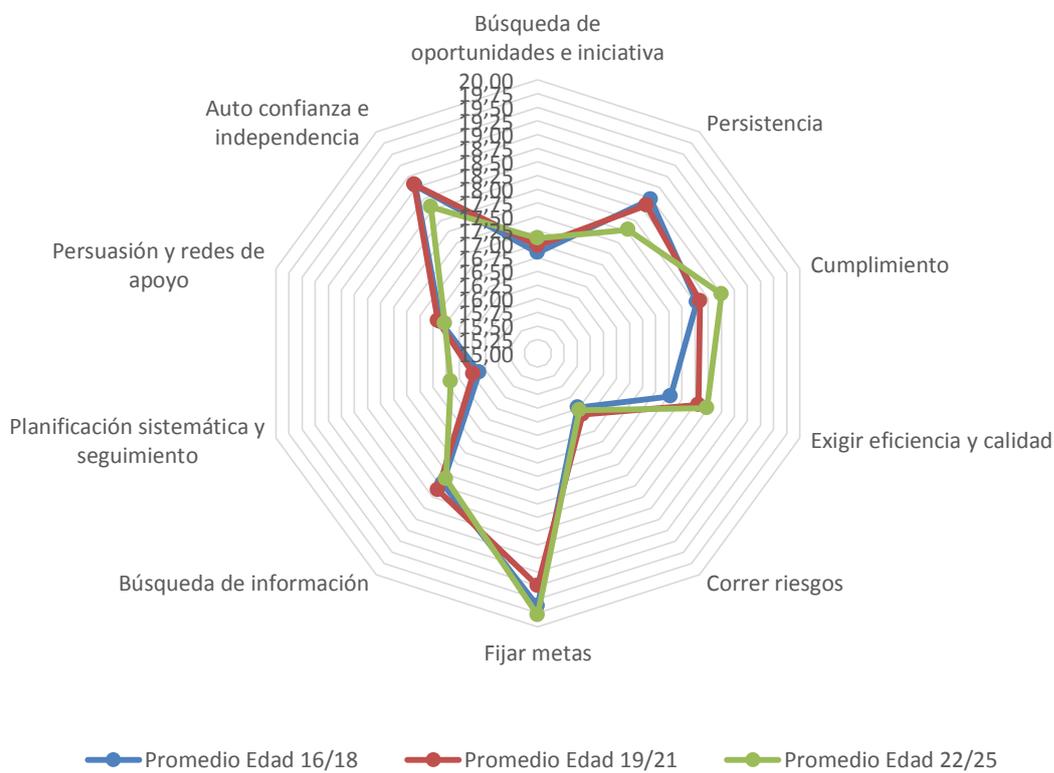


Fuente. Autores

A ciencia cierta no se puede establecer con claridad el grado de emprendimiento que existe en los estudiantes de jurisprudencia debido a que aun siendo 6 de sus variables mayores a la media, la mayoría no son de gran diferencia con esta misma. En este caso es pertinente decir que en su mayoría cumplen con las competencias que propone McClelland en su estudio para ser emprendedores.

Por otro lado cabe resaltar que lo anterior, no es el único determinante, sino que a la luz de la teoría se propusieron nuevos, donde justamente hay muchas diferencias en cuanto a lo que está escrito y a lo que se confronta con los resultados de este estudio en específico.

Gráfica 5. CCE – Jurisprudencia (Rango de edad)



Fuente. Autores

La construcción de esta variable se realizó teniendo en cuenta el promedio de edades de los estudiantes desde primer hasta último semestre donde se encontró que la edad mínima era 16 años y la edad máxima 25 años. Para establecer una descripción apropiada se clasificaron en tres promedios como se muestra a continuación.

En primera instancia y como se observa en la gráfica el primer promedio está clasificado por estudiantes entre los 16 y 18 años. De esta manera observamos una media de 17,88. Las características con mayor puntuación son fijar metas con 19,63; persistencia con 18,48 y cumplimiento con 18,04. Por otro lado las de menor puntuación son persuasión y redes de apoyo con un puntaje de 16,86; correr riesgos con 16,23 y finalmente planificación sistemática y seguimiento con 16,13.

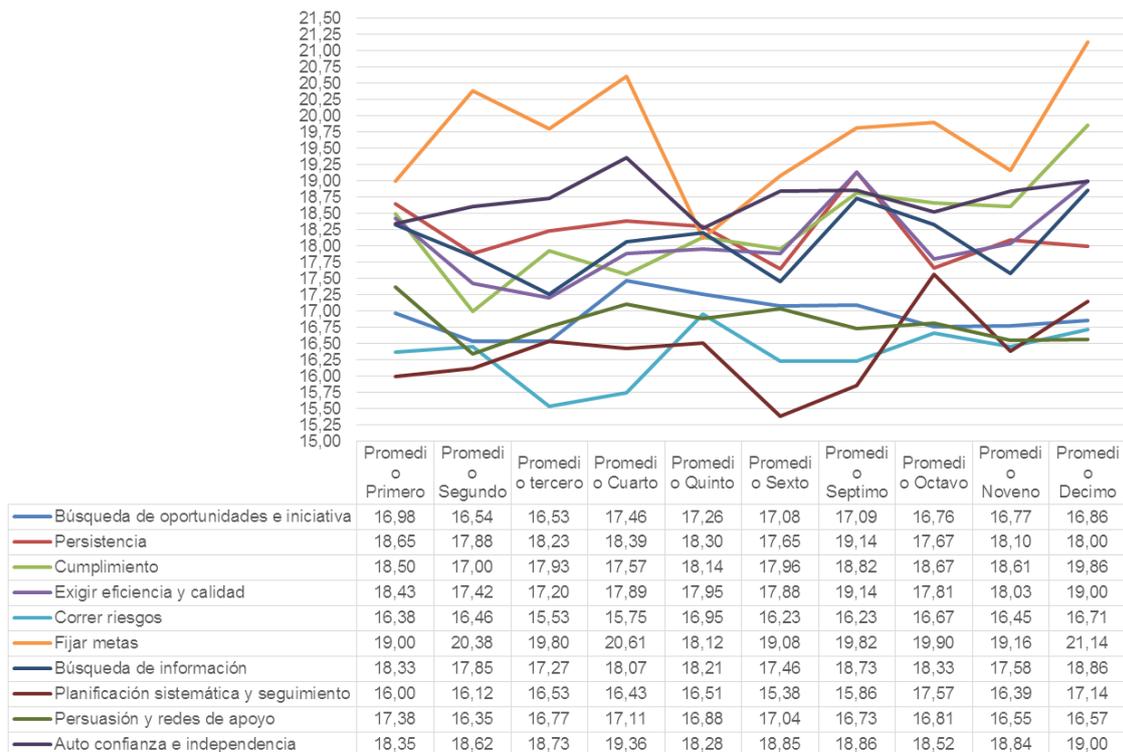
El segundo promedio está clasificado por estudiantes entre los 19 y 21 años de edad, donde se observa una media de 17,75. Las variables que presentan una mayor ponderación son fijar metas con un valor de 19,26; autoconfianza e independencia con 18,81 y persistencia con un valor de 18,35. A su vez, encontramos que las variables de menor ponderación son las siguientes: persuasión y redes de apoyo con 16,91; correr riesgos con 16,39 y planeación sistemática y seguimiento con un promedio de 16,24.

Así y teniendo en cuenta que el tercer promedio abarca edades desde los 22 hasta los 25 años encontramos una media de 18,45. De esta manera observamos que fijar metas representa el valor más alto de toda la gráfica con 19,79; seguido de cumplimiento con 18,50 y exigir eficiencia y calidad con 18,23. En contraparte las variables que presentan una menor puntuación son persuasión y redes de apoyo con un valor de 16,77; planificación sistemática y seguimiento con un valor de 16,67 y correr riesgos con un valor de 16,29.

De esta manera, observamos una tendencia similar en cada una de las clasificaciones donde al ser mayor el rango de edad las características se acentúan más y en el caso de la característica de fijación de metas encontramos que esta presenta una mayor similitud entre los tres promedios pues tan solo fluctúa en 0,53. Una posible hipótesis que puede argumentar este resultado es que a medida que los estudiantes se vuelven más adultos, adquieren conocimiento respecto al entorno, se vuelven conscientes de sus necesidades y quieren trabajar para alcanzar lo que se han propuesto. Esto se puede ver sustentado por la característica de autoconfianza e independencia, por la exigencia en eficiencia y calidad y también por las pequeñas fluctuaciones ascendentes entre las tres clasificaciones. Otra posible

hipótesis se refiere al hecho de que a mayor edad mayor es el sentimiento de ser autónomo en cuanto a la toma de decisiones y la tendencia a ser líder y delegar funciones; razón por la cual características como planificación sistemática y seguimiento muestran un valor menor.

Gráfica 6. CCE – Jurisprudencia (Semestre)



Fuente. Autores

Uno de los propósitos de esta investigación acerca del perfil emprendedor de los estudiantes de jurisprudencia de la universidad del rosario era evidenciar las tendencias más marcadas en los diferentes semestres. En la gráfica se puede observar que a mitad de la carrera (quinto semestre) los estudiantes están más dispuestos a correr riesgos, con un indicador de 16,95, esto se puede dar por la confianza que se va adquiriendo a lo largo de recibir nuevos conocimientos, pero asimismo ocurre una baja en fijar metas, los estudiantes en este semestre evidencian el punto más bajo frente a este indicador, con un 18,12, que aunque no es un valor muy bajo, es el menor en el rango de la fijación de metas, aquí se puede comparar cómo los

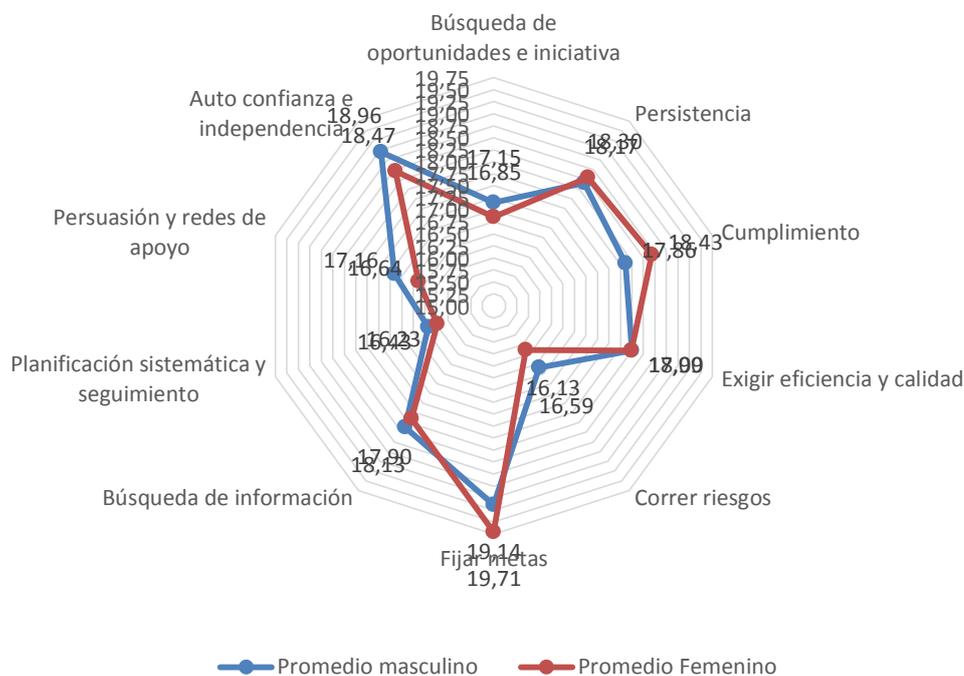
estudiantes de último semestre si salen con ideales muy altos, pues al momento de graduarse todos tienen grandes expectativas frente a su vida personal y laboral/profesional. La búsqueda de oportunidades e iniciativa es uno de los indicadores más constantes en la facultad de jurisprudencia que aunque no es muy alto se puede ver como se mantiene entre el rango de 16,54 y 17,26. Las ganas de salir adelante y ser exitosos resulta ser un factor perseverante a lo largo de la carrera universitaria.

Por otro lado podemos ver cómo la auto confianza e independencia es otro indicador alto en este estudio, con un rango mínimo de 18,25 y un rango máximo de 19,36, suponemos que las personas que estudian jurisprudencia cuentan con una autoconfianza alta, ya que los saberes que adquieren los hacen menos vulnerables a posibles futuros problemas.

Al analizar por semestre el “cumplimiento” de las personas, vemos como éste es ascendente, esto nos demuestra que los estudiantes a medida que van creciendo van tomando las cosas con más seriedad y que la responsabilidad aumenta, en este punto, cabe mencionar que los estudiantes van tomando conciencia de que sacrificarse y esmerarse para cumplir tareas y que ganarse la confianza de jefes, compañeros, clientes y familiares, las hacen personas responsables, satisfechas consigo mismas y esto puede estar dando como resultado a una persona exitosa.

Con base a esta gráfica nos podemos dar cuenta que definitivamente no existe un semestre en el cual los estudiantes sean más emprendedores, lo que nos demuestra es que existen variables que evidentemente son más altas en unos semestres que en otros, por ejemplo, el pico más bajo de 15,38 se presenta en sexto semestre con la planificación sistemática y seguimiento pero asimismo la fijación de metas es de 19,08. Existen factores tanto externos como internos que hacen que los estudiantes desconfíen de sí mismos a lo largo de su carrera, como también hay otros que los hacen confiarse, por esto, creemos que en octavo semestre es cuando el estudiante está más equilibrado para consolidar una idea, pues los picos, aunque no sean los más altos, tampoco son los más bajos y se obtiene una información mucho más equilibrada entre variables.

Gráfica 7. CCE – Jurisprudencia (Género)



Fuente. Autores

En cuanto a la clasificación por género observamos que la serie azul corresponde al género masculino y la serie roja al promedio femenino. La media para el género masculino es de 17,785 donde los tres promedios más altos fueron obtenidos por las siguientes características: fijación de metas con un valor de 19,14; autoconfianza e independencia con 18,96 y persistencia con 18,17. En contraposición encontramos que las variables con las tres ponderaciones más bajas son: planificación sistemática y seguimiento con 16,23; persuasión y redes de apoyo con 16,64 y correr riesgos con 16,13.

Para el promedio femenino se obtuvo una media de 17,92, según la distribución de las variables se encontró que las tres características con el promedio más alto son: fijación de metas con un valor de 19,71; autoconfianza e independencia con un promedio de 18,47 y finalmente cumplimiento con 18,43. De igual manera, las variables que representan una menor ponderación son persuasión y redes de apoyo con 16,64; planificación sistemática y seguimiento con 16,23 y finalmente correr riesgos con 16,13.

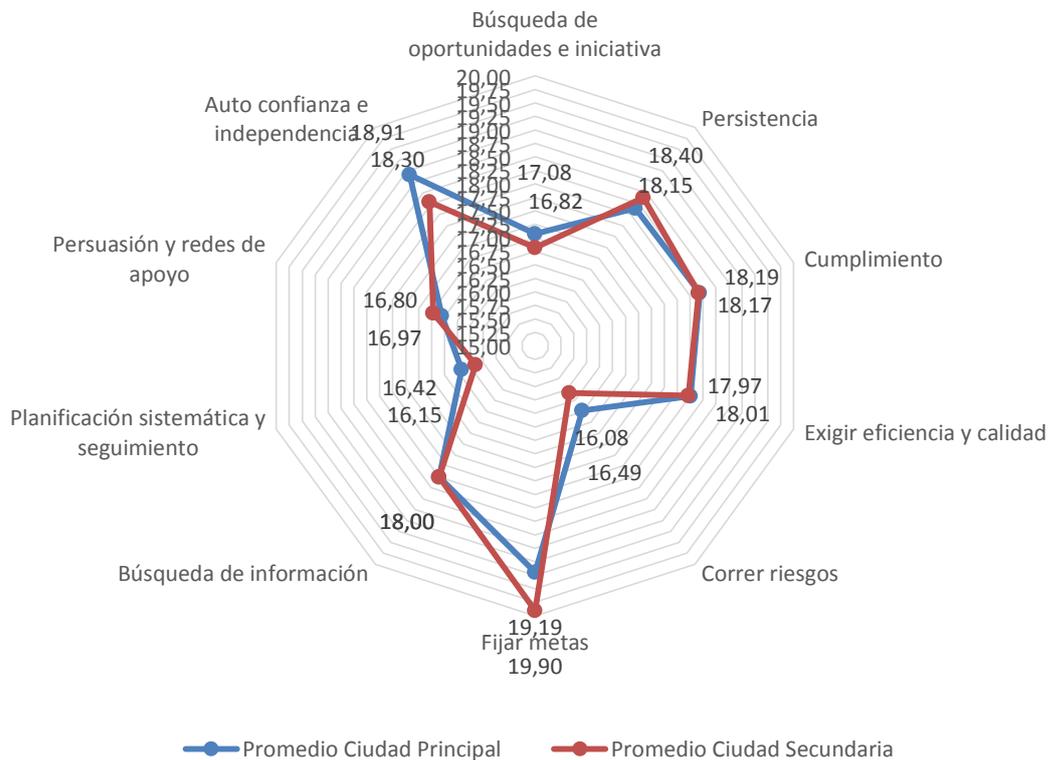
De acuerdo a los resultados mostrados anteriormente, encontramos notables diferencias en cada una de las características. A pesar que el género femenino obtuvo una media de 0,135 puntos por encima del masculino, este alcanzó mayores puntuaciones en 6 de las 10 características las cuales representan un 60% de la totalidad de los rasgos estudiados.

Observamos también que las características más destacables en los hombres se refieren a búsqueda de información, persuasión y redes de apoyo, autoconfianza e independencia; resultado que concuerda con las teorías establecidas por (Guzmán; Santos, 2010) donde se afirma que en general los hombres son más propensos y cuentan con un perfil emprendedor más desarrollado que las mujeres ya que existen diferencias de intención y motivación. Además, el perfil emprendedor en las mujeres se ve más evidenciado en aquellas áreas relacionadas con las ciencias de educación y administración esto puede deberse a que el género femenino posee instintos maternales y protectores.

Otro factor diferenciador (Fuentes; Sánchez, 2010) se refiere a la diferencia profesional entre hombres y mujeres donde las mujeres se muestran más pesimistas y sienten un mayor miedo al fracaso a la hora de emprender. Atributos como la adaptabilidad a cambios, creatividad para resolver problemas y gusto por la independencia son aquellos que las destacan más. Mientras tanto en los hombres se destaca el optimismo e iniciativa pero a diferencia de los resultados la característica de búsqueda de iniciativas y oportunidades presenta un puntaje bajo esto puede deberse a que los estudiantes están acostumbrados a desenvolverse en un entorno seguro y por su carrera no cuentan con una perspectiva en lo que a ser emprendedor se refiere.

Si relacionamos estos aspectos con el ambiente laboral y capacidad de emprendimiento en los estudiantes resultaría conveniente realizar otro estudio donde el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario se preocupara por fortalecer las características que impiden que la mujer se destaque a nivel profesional lo cual a su vez le ayudaría a obtener mayor experiencia laboral permitiéndole ocupar cargos de mayor nivel.

Gráfica 8. CCE – Jurisprudencia (Lugar de Nacimiento)



Fuente. Autores

Ya que este estudio se llevó a cabo en Bogotá y teniendo pleno conocimiento de que se encuestó a estudiantes de todo el país, en donde no solo se adquiría información de personas de Bogotá sino de ciudades secundarias, como Barranquilla, Medellín, Bucaramanga, Pasto, etc., se pudo obtener información importante para determinar cómo el entorno de un individuo puede definir el perfil emprendedor de éste mismo. Hoy en día las personas de ciudades secundarias tienen las mismas posibilidades que las personas de ciudades principales, en este caso Bogotá, por esta razón podemos ver que la gráfica radial no presenta valores muy diferentes entre el promedio de la ciudad principal y el promedio de las ciudades secundarias.

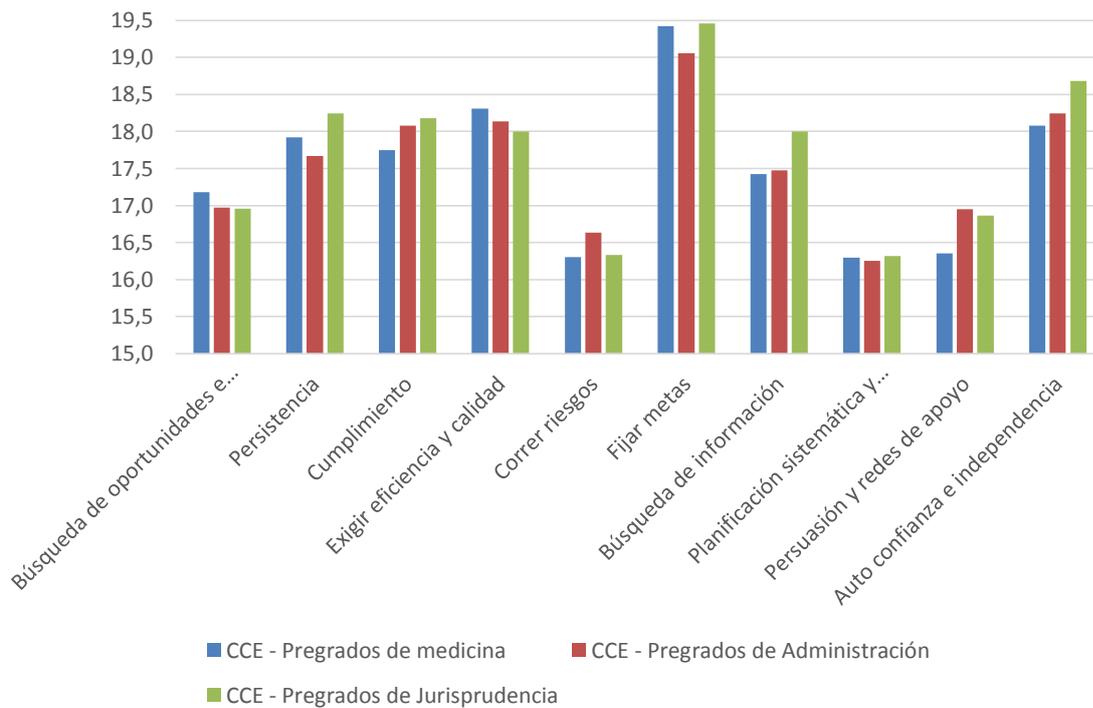
Para empezar y de acuerdo a lo anterior mencionado, vemos como la búsqueda de información se mantiene con un indicador igual de 18,00 para los dos promedios, eso se debe a que el mercado no está presentando tanto desequilibrio entre la ciudad principal y las

ciudades secundarias, haciendo que el mercado el Colombia sea mucho más competitivo y cada vez mejor.

Por otro lado el indicador más alto se presenta en el promedio de las ciudades secundarias; para las personas de ciudades secundarias el nivel de fijar metas es más alto que el de las personas de Bogotá, esto se puede deber a que muchas veces el entorno limita y determina la viabilidad de un proyecto y a veces, no siempre, es más fácil alcanzar dichas metas desde la ciudad principal que desde ciudades secundarias. Si bien las facilidades que tienen las ciudades secundarias, tales como los puertos, a veces el simple hecho de ser de Bogotá hace que las personas crean que es más fácil. Pero he aquí un problema pues sea de donde sea una persona, como lo vimos anteriormente, la fijación de metas es un factor de suma importancia para cualquier emprendedor o empresario, pues de esta manera se van a poder cumplir los objetivos, los cuales los ayudaran a alcanzar el éxito.

En consecuencia a esto, podemos ver la variable de autoconfianza e independencia, con valores de 18,91 para la ciudad principal y de 18,30 para las ciudades secundarias, siendo este el segundo indicador más alto de este estudio. La autoconfianza que genera ser de la ciudad principal da la capacidad de asumir riesgos y genera motivación frente al desarrollo de una idea (Díaz de Lezcano et al. 2007), no por esto se está diciendo que las personas de las ciudades secundarias no lo hagan, la idea que se intenta promover es que las personas de Bogotá sienten mucha más autoconfianza que las de las ciudades secundarias.

Gráfica 9.CCE – Consolidado UR (Administración, Jurisprudencia y Medicina)



Fuente. Autores

Confrontando de una manera general los resultados del estudio en las facultades de administración, medicina y jurisprudencia, encontramos que los estudiantes tienen características similares en cuanto al perfil emprendedor.

Sin embargo en este caso, los estudiantes de jurisprudencia se destacan por fijar metas 19.46 y por su autoconfianza e independencia 18.68, los cuales a lo largo del análisis han sido destacados en cada una de las variables que podrían determinar la caracterización de perfil emprendedor. En este claro, es posible decir que el perfil emprendedor de los estudiantes de Jurisprudencia de la Universidad del Rosario está basado en personas que bajo la formación que tienen, están dispuestos a ser personas que buscan el logro y ser la cabeza de los negocios y no aquellos que esperan escalar durante toda una vida.

Analizando los componentes de los pregrados, es claro decir que los futuros jurisprudentes están sujetos a escalar en una gran compañía de abogados, lo cual a pesar de no ser característica de un emprendedor si hace referencia a esa persistencia en las metas que tienen.

Por otro lado están sujetos a continuar con el legado familiar que por tradición son abogados y cuentan con empresa propia o en su última medida a crear ellos mismos una empresa diferenciadora, ya sea objeto de su carrera o de negocios alternos; si es de su carrera es demorado no solo porque tienen que ofrecer grandes factores diferenciadores sino porque estas compañías están basadas en el prestigio que tienen sus abogados, que en este caso siendo novatos ellos temen un poco a que no funcione. En efecto, lo podemos evidenciar confrontándolo con los administradores, quienes en la variable de correr riesgos 16.63, tienen un mayor porcentaje que se evidencia posiblemente por la formación que tienen en el campo de crear empresa.

5. CONCLUSIONES

De manera general y al observar los resultados expuestos durante el desarrollo de este estudio podemos afirmar que los estudiantes de Jurisprudencia de la Universidad del Rosario poseen un comportamiento del perfil emprendedor el cual se encuentra asociado a las tres variables principales establecidas anteriormente: familiar empresario, negocio informal y empresa constituida. Estas variables evidencian la propensión que poseen los estudiantes a lo largo de su carrera por destacarse dentro de un entorno competitivo poniendo en práctica sus conocimientos y legado familiar.

A pesar de encontrar que los estudiantes de esta facultad cuentan con características que podrían definir su perfil emprendedor, podemos observar que dos de ellas resaltan por su puntaje bajo que son correr riesgos y planificación sistemática lo cual puede ser traducido en una causa que afecta a los estudiantes al momento de ejercer sus actividades como emprendedoras.

Por otro lado, se podría cuestionar el comportamiento emprendedor de los estudiantes de Jurisprudencia desde su capacidad para correr riesgos y búsqueda de oportunidades e iniciativa para ello, pues desde la formación académica de un estudiante de leyes correr riesgos no es considerada como una opción viable y en menor instancia para la toma de decisiones. Pero en este punto cabe mencionar la importancia de la formación académica, pues los riesgos controlados pueden traer grandes beneficios a futuro y como lo menciona el autor Rafael Vesga, *los emprendedores se caracterizan por tener alta disposición individual*

en la toma de riesgos, ya que éstos están dispuestos a afrontarlos en situaciones que generen ganancias, además que si se suplen necesidades insatisfechas de los consumidores los beneficios a largo plazo pueden ser altos.

Finalmente haciendo un contraste entre las tres facultades estudiadas, se puede resaltar y afirmar la teoría con los resultados, que por lo general, las carreras profesionales donde se evidencia más el perfil emprendedor son en aquellas relacionadas con las ciencias económicas (Administración) y Derecho (Díaz de Lezcano et al. 2007).

Este estudio permitió ahondar un poco más en la realidad de los estudiantes de la Universidad del Rosario, pues día a día vemos cómo los negocios informales crecen dentro de la comunidad Rosarista y de esta manera podemos buscar formas o procesos para ayudar a los estudiantes a cumplir sus sueños, además de apoyar y estructurar las ideas de las personas que aún no están muy seguras de llevar a cabo sus proyectos.

6. RECOMENDACIONES

Si bien, el emprendimiento en esta carrera muestra una tendencia positiva dentro de la caracterización observamos ciertos patrones similares que valdría la pena reforzar para crear un grado de satisfacción tal que permita a la universidad destacarse por su excelencia en la formación de jóvenes emprendedores, siendo estos patrones: correr riesgos y persuasión y redes de apoyo, características esenciales con las cuales cualquier emprendedor independiente de su carrera debe poseer, pues éstas les permite estrechar lazos y despertar tanto su visión como ambición a la hora de convertirse en líderes y guías en la ejecución de cualquier tipo de proyecto.

Lo anterior no solo se ve evidenciado en jóvenes de la facultad de jurisprudencia sino que al hacer un análisis integral de las tres facultades, nos damos cuenta que los jóvenes de esta universidad aún no están preparados sobre todo para asumir riesgos. Lo cual es un tanto preocupante y es un tema que la universidad como formadora de grandes profesionales debería explotar y aprovechar para crear la diferencia. Se deben fomentar mayores espacios donde los estudiantes expresen el motivo de asumir ciertos patrones y basándose en lo mismo desarrollar estrategias que permitan mejorar la calidad de profesionales en el mercado, siendo

personas líderes y competitivas dispuestas a generar cambios, donde rompan cada uno de esos paradigmas que no les permite ver más allá de los que les ofrece el mundo hoy en día.

Además, sería muy interesante que el área de emprendimiento de la Universidad del Rosario, busque alianzas con diferentes entidades (ya sean públicas o privadas) para reforzar su organización. Por ejemplo la Cámara de Comercio de Bogotá tiene diferentes servicios para apoyar a nuevos empresarios, sean jóvenes o no. Bogotá Emprende puede ser una de las alianzas importantes de la Universidad pues ésta busca el desarrollo colombiano y asesora y apoya nuevas ideas. Si la universidad busca fomentar seguridad en sus estudiantes para asumir riesgos y dar ideas innovadoras, debe darles las herramientas para que los estudiantes se sientan motivados y apoyados.

Para finalizar es importante entender que cada individuo es diferente, por tanto cada idea de negocio lo es y es por esto que es importante que el apoyo sea totalmente personalizado y dirigido por personas que tengan conocimientos previos para que los estudiantes sientan que están caminando hacia una meta fija y clara.

7. BIBLIOGRAFIA

- Amabile, T. (2012). Motivación y creatividad: el modelo de componentes de Teresa Amabile. Recuperado desde: <http://creatividadinnovacion.wordpress.com/2012/09/10/modelo-de-componentes-de-amabile/>
- Autor. (2011). Emprendimiento en Israel. Revista Dinero. Recuperado Desde: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/management/articulo/emprendimiento-israel/100615>
- Begley Y Tan (2001). Entrepreneurship challenges ahead for Singapore. Recuperado desde: http://www.mansfieldfdn.org/backup/programs/program_pdfs/ent_singapore.pdf
- Chong, E. (2011). Emprendimiento dinámico: una perspectiva desde el perfil del emprendedor (Caso de estudio- Panamá). Recuperado desde: https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/5383/1/7P4.pdf
- Díaz de Lezcano, H., Sarmiento, L., López, J., Almeida, I. (2007). Aproximación al perfil del emprendedor de la ULPGC. Recuperado desde: <http://www.observatoriodeempleo.ulpgc.es/descargas/aproximacionperfilemprendedorULPGC.pdf>
- EFE. (2014). EL PAIS PREPARA FUTUROS EMPRENDEDORES EN 84 UNIVERSIDADES. Octubre 11,2014, de PORTAFOLIO Sitio web: <http://www.portafolio.co/negocios/emprendedores-colombianos-se-preparan-84-universiades>.

- García, A., García, M. (2007). Diferencias culturales y comportamiento emprendedor: un análisis cross-cultural intrapaís. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 16, núm. 4 (2007), pp. 47-68. Recuperado desde: http://www.researchgate.net/publication/28199980_Diferencias_culturales_y_comportamiento_emprendedor_un_analisis_cross-cultural_intrapas
- HOFSTEDE (1984; 2001) ; EARLEY (1997). Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies. Recuperado desde: https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fpublication%2F222686829_Hofstede's_dimensions_of_culture_in_international_marketing_studies%2Ffile%2F79e4150c7142c6fcd4.pdf&ei=Z-U5UvmXLMXuqwGS54GYDQ&usg=AFQjCNEPT5fzoDkCn3qsF7ax34q2g1tXXQ&sig2=OJOclL0GEkJWmvwT939FVQ&bvm=bv.52288139,d.aWM
- Hoffer W. Charles & Bygrave D. William. (2009). *Entrepreneurship: Theory and practice*. Blackwell Publishing. Disponible en: <http://taranomco.com/wp-content/uploads/2013/11/273.pdf>
- Hodgson, Geoffrey M (2005). *The Evolution of Institutional Economics: Agency, Structure and Darwinism in American Institutionalism* Disponible en: http://eh.net/book_reviews/the-evolution-of-institutional-economics-agency-structure-and-darwinism-in-american-institutionalism/
- James G. March and Johan P. Olsen (1983). *The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life*. *American Political Science Review*, 78, pp 734-749. doi:10.2307/1961840.
- Marcet, X. (2013). *Lecciones de innovación y emprendimiento aprendidas en Israel*. Disponible en: <http://www.xaviermarcet.com/2013/05/lecciones-de-innovacion-y.html>

- Marulanda, A., Correa G., Mejía, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN* No. 66: Mayo-Agosto de 2009 p.153-168. Disponible en: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/275/248>
- Maza, A. (2009). Planeación – Mercadotecnia. Borregoware: Un lugar para tu empresa en internet. Híper-competencia. Disponible en: <http://www.pyme.org.mx/articulo.php?id=127>
- Minniti, M. (2009). Chapter 7: Determinants of Entrepreneurial Behavior at the Individual Level III: The Social Environment. In , Foundations & Trends in Entrepreneurship (p. 549)
- North. Douglass C. Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. Fondo de Cultura Económica. México 1990.
- (Universidad de Manizales, 2013) Maestría en desarrollo sostenible y medio ambiente CONECTO SOCIO-ECONÓMICO. Recuperado desde: <http://cedum.umanizales.edu.co/mds/modulo7/unidad3/documentos/3neoinstitucionalismo.pdf>
- Porter, M. E. (1987) From Competitive Advantage to Corporate Strategy. Disponible en: http://people.tamu.edu/~v-buenger/466/Comp_Adv_to_corp_strat.pdf
- Pulgarín, S., Cardona, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del Rosario. *Revista EAN*, vol. 71 núm. 2 (2011) 22-39. Recuperado desde: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/510/452>

- Ramírez, A., Casado, M., López, J. (2010). Caracterización del perfil y motivaciones para emprender de la mujer en Andalucía. Recuperado desde: http://www.aeca.es/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/140c.pdf
- Ross, B. (Año). An agent based model of entrepreneurial behavior in agri food – markets. Recuperado desde: <http://ehis.ebscohost.com.ez.urosario.edu.co/eds/detail?sid=fc7e0d83-0644-4120-bd62-5a2b465faa7b%40sessionmgr113&vid=2&hid=101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=eoh&AN=1229311>
- Zander y Romani (2004). Emotion and leadership: an international perspective. Recuperado desde: <http://www.ufhrd.co.uk/wordpress/wp-content/uploads/2008/06/420callahan.pdf>