

Universidad del Rosario



Autor: Lina Maria Orozco Dussán

“Liderazgo y emprendimiento. Factores culturales relacionados”

Monografía de grado

Bogotá, Colombia

2014

Universidad del Rosario



Autor: Lina Maria Orozco Dussán

“Liderazgo y emprendimiento. Factores culturales relacionados”

Monografía de grado

Tutor: David Hernando Barbosa Ramirez

Programa: Administración de empresas

Bogotá, Colombia

2014

Contenido

Glosario.....	IV
Resumen.....	V
Palabras claves	V
Abstract	V
Key words	VI
1. Introducción.....	6
a. Planteamiento del problema.....	6
b. Justificación	6
c. Objetivos	7
d. Alcance y vinculación con el proyecto del profesor	7
2. Marco teórico y conceptual	9
3. Conclusiones.....	13
Referencias.....	15

Glosario

Emprendimiento: estar listo para tomar decisiones o iniciar algo.

Liderazgo: es un proceso donde el líder es capaz de influenciar a otros para la consecución de objetivos.

Variabes: Inestable, inconstante y mudable.

Salario real: representa la cantidad de bienes que el trabajador podrá adquirir con el volumen de dinero que percibe y por tanto representa el poder adquisitivo, su poder de compra, la cantidad de bienes y servicios que podrá lograr a partir de su salario.

PIB: el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado.

Perdurabilidad: Condición de lo que dura mucho.

Competitividad: Rivalidad para la consecución de un fin.

Eficiencia: Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.

Interpersonal: Que existe o se desarrolla entre dos o más personas.

Innovación: Mudar o alterar algo, introduciendo novedades.

Factor cultural: cualquier comportamiento propio de una sociedad, característico de esta y que influye contantemente en sus actividades.

Valoración cercana: Influencia los comportamientos según el pensamiento de una persona hacia sí mismo.

Valoración social: Afecta lo que una persona tiene de sí misma y como actúa teniendo en cuenta el pensamiento de la sociedad hacia él.

Eficacia: Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

Global Entrepreneurship Monitor: Evaluación anual de las actividades empresariales, las aspiraciones y actitudes de los individuos a través de una amplia gama de países.

Resumen

El emprendimiento es una característica del liderazgo que puede contribuir al progreso económico de un país. Para que el emprendimiento como habilidad se presente en los individuos, debe existir una serie de variables relacionadas con factores internos y externos que impulsen su desarrollo. Con base en lo anterior, con este trabajo se pretende analizar el efecto que tienen los factores culturales en el emprendimiento, como característica de los líderes, a través de una revisión de la literatura, que permita, por medio de la exposición de sus hallazgos comprender estos fenómenos de manera más integral.

Palabras claves

Liderazgo, emprendimiento, progreso, cultura.

Abstract

Entrepreneurship is a characteristic of leadership that can contribute to the economic progress of a country. For entrepreneurship as a skill to be present in individuals, there must be a set of

variables related to internal and external factors to thrive their development. Based on the above, this work is to analyze the effect of cultural factors in entrepreneurship, as a characteristic of leaders, through a literature review, which allows, through the presentation of their findings, to understand these phenomena more comprehensively.

Key words

Leadership, entrepreneurship. progress, culture.

1. Introducción

a. Planteamiento del problema

El emprendimiento puede ser entendido como la habilidad de un líder ya que es el eje fundamental donde se da la innovación, competencia, creación de trabajo y desarrollo económico; aun así, muchas veces esta característica no es aprovechada por todas las sociedades (León, Gorgievski, & Lukes, 2008). El emprendimiento tiene una relación directa con el aumento en los salarios reales de las personas, por lo tanto, el aumento en el PIB per cápita de una nación afecta este sentido (Liñán, Fernandez-Serrano, & Romero, 2013a). Entonces se llega a un círculo vicioso donde debe haber una sociedad desarrollada, para tener un salario real alto y que haya emprendimiento en sus habitantes, pero a la misma vez este desarrollo no se logra si no hay emprendedores que lo impulsen.

Aun así, si se estudian sociedades que posean un PIB per cápita igualitario, no se tiene la misma intención de emprendimiento en su población (Liñán, et. al, 2013a), esto se debe a que los estilos de liderazgo son diferentes y se poseen diversas características.

En este sentido, existe una brecha entre cómo diversos factores culturales pueden influir al emprendimiento generando progreso en la sociedad (Liñán, et al. 2013a). En este caso es necesario hacer una investigación que permita comprender mejor este fenómeno.

b. Justificación

La Escuela de Administración de la Universidad del Rosario tiene un enfoque en perdurabilidad de las empresas y como diversos factores pueden influenciarlo. Es así como a través de las líneas de investigación se quiere llegar al mismo objetivo (Universidad del Rosario, 2013).

La línea de liderazgo de la universidad se enfoca en el líder como persona y en el liderazgo como proceso, dándole especial énfasis a este último. (Universidad del Rosario, 2013). En el

estudio del líder como persona hay un programa llamado liderazgo transformacional, programa al cual está adscrito este trabajo de grado.

El liderazgo transformacional es definido por Bass (1985) como aquel que es capaz de generar un cambio en sus seguidores a través de la dar conciencia de la importancia de los resultados luego del cumplimiento de una tarea. Además, el líder transformacional hace que las personas excedan sus intereses personales a favor de los organizacionales (Lupano Perugini & Castro Solano, 2005).

c. Objetivos

Analizar y describir la evidencia que hay respecto al efecto que tienen los aspectos culturales sobre el liderazgo y el emprendimiento, a través de una revisión documental.

d. Alcance y vinculación con el proyecto del profesor

La ventaja competitiva se da cuando una empresa genera una estrategia, los productos y procesos esenciales se crean y se mantienen en el tiempo. Estas vas a dar lugar a los trabajos más productivos y a las habilidades más avanzadas (Porter M. , 1991). El Reporte Mundial de Competitividad del World Economic Forum (2013) analiza el nivel de competitividad de los países del mundo donde se define competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país (World Economic Forum, 2013).

Según el Reporte Mundial de Competitividad del World Economic Forum (2013), Colombia se encuentra en la fase dos del grado de desarrollo, lo que quiere decir que es impulsado por la eficiencia. Gales no se encuentra como país, sino como el Reino Unido, el cual se localiza en la fase tres: impulsado por la innovación (World Economic Forum, 2013).

En general, Colombia ha continuado con una estabilidad en su perfil competitivo, cuenta con un ambiente macroeconómico con pronóstico positivo y un buen tamaño del mercado; llama la atención que tiene una mejor participación de la educación que muchos países latinoamericanos.

No obstante, posee instituciones débiles debido a la corrupción; igualmente, cuenta con una mala infraestructura de transporte y bajos niveles de investigación y desarrollo. Por su parte, el Reino Unido cuenta con ventajas a nivel mundial en eficiencia del mercado laboral, es un negocio sofisticado e innovador; aun así, se ha venido deteriorando en el medio ambiente macroeconómico y mercado financiero debido a su déficit fiscal y deuda pública (World Economic Forum, 2013).

Los países se pueden tomar como entes dinámicos que son afectados directamente por el emprendimiento de sus habitantes debido a que estos son agentes de cambio: generan nuevos negocios, pueden crear nuevos productos, procesos y mercados (Wennekers, Uhlaner, & Thurik, 2002). Los resultados de investigaciones han demostrado que los emprendedores son fundamentales en el desarrollo de un país (Liñán, et al., 2013a).

El liderazgo es una habilidad interpersonal que está relacionada directamente con el emprendimiento en el desarrollo de destrezas que se integran al objetivo de la sociedad y de las empresas (Casellanos, Chávez, & Jiménez, 2003).

Respecto a la cultura y el emprendimiento, se ha observado que diferencias en los contextos en los cuales una persona se desarrolla, influyen directamente con sus comportamientos e con su intención de emprendimiento. De esta forma, la cultura pueden jugar un papel mediador en cuánto inciden el emprendimiento para que sea visto como deseable o no (Liñán, Nabi, & Krueger, 2013b).

Para el desarrollo de estas personas, se deben tener en cuenta sus características y como llegan a adquirirlas. Es por lo anterior, que existen varios estudios sobre la intención de emprendimiento (Liñán, et al, 2013b) pero no se tiene una aproximación exacta entre liderazgo, emprendimiento y los factores culturales que los relacionan.

2. Marco teórico y conceptual

El liderazgo es un proceso donde el líder es capaz de influenciar a otros para la consecución de objetivos (Anchua & Lussier, 2010). Debe tener un desarrollo de la inteligencia emocional, capacidad de atraer la atención de la gente, de comunicación y de inspirar confianza (Rodríguez & Vazquez, 2004). Es así, como el líder se convierte en el eje de acción y ejecución de diversos proyectos a nivel estratégico (Castrillón Velásquez, 2011), direccionando a las personas hacia un mismo fin. En este sentido, se dan a conocer diversos estilos de liderazgo que difieren a través del tiempo según el autor que lo exponga, pero se definen teniendo en cuenta, en la mayoría de casos, las siguientes variables: “la relevancia de la decisión, la importancia del compromiso, la probabilidad de éxito, la experiencia del líder y del grupo, el apoyo del grupo al logro de los objetivos y la competencia del equipo” (Pedraja R. & Rodríguez P., 2004).

El emprendimiento significa estar listo para tomar decisiones o iniciar algo (Vérin, 1982); un emprendedor es caracterizado por el proceso de desarrollo determinado por la innovación, por lo tanto, hay que enfocarse más en el proceso ocurrido que en los resultados obtenidos (Laverde, 2003). En el comportamiento de este tipo personas incluye “la toma de iniciativas; organización y reorganización de los mecanismos sociales y económicos para enviar recursos y situaciones a práctica; y aceptación de riesgo o falla” (Arámbula Monreal, Márquez Miramontes, Montiel Méndez, & Ordoñez Molinar, 2012). Así mismo, se resalta que el emprendedor está abierto a tomar riesgos tanto los referentes a la reputación, como financieros (León, et al, 2008).

El emprendimiento puede ser entendido como la habilidad de un líder ya que es el eje fundamental donde se da la innovación, competencia, creación de trabajo y desarrollo económico; aun así, muchas veces esta característica no es aprovechada por todas las sociedades (León, et al, 2008). El emprendimiento tiene una relación directa con el aumento en los salarios reales de las personas, por lo tanto, el aumento en el PIB per cápita de una nación (Liñán, et al, 2013a), la cual es afectada por el enfoque en resultados que tenga el líder.

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE) (2001), se define cultura como el “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico,

científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”. Por otro lado, esta es definida como el conjunto básico de valores en una sociedad que contribuye a formar el comportamiento de las personas en una sociedad (Inglehart, 1997). De tal manera, se puede definir un factor cultural como cualquier comportamiento propio de una sociedad, característico de esta y que influye constantemente en sus actividades. Estos cambian el ambiente constantemente y están entrelazados directamente con los factores económicos (Porter M. , 1991).

En este sentido, existe una fuerte influencia de los factores culturales en el liderazgo y emprendimiento de las personas en una sociedad. La presente monografía tiene como objetivo analizar y describir la evidencia que hay respecto al efecto que tienen los aspectos culturales sobre el liderazgo y el emprendimiento, a través de una revisión documental.

Según el modelo de emprendimiento de Liñán, Urbano y Guerrero (2011), se estudia la intención de emprendimiento desde dos perspectivas diferentes: las características personales y la influencia de factores contextuales; estos últimos son tomados en cuenta solo si cambian las actitudes de la persona que toma las decisiones. En el modelo planteado por los autores, se toman en cuenta las siguientes factores de control: motivacionales, ambientales y situacionales (Liñán, et al. 2011). Es así como se presenta la intención empresarial como la suma de factores ambientales (valoración cercana y valoración social) con los factores motivacionales (actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y control de comportamiento percibido) (Liñán, et al. 2011).

Los factores culturales se pueden clasificar en individuales y colectivos (Hofstede, 1980). La cultura contiene valores que moldean y definen las metas motivacionales de las personas. Esto quiere decir que cada cultura prioriza sus valores específicamente, según lo que crea socialmente correcto (Schwartz, 1992). En este sentido, si una sociedad tiene aceptación por la intención de emprendimiento, es más probable que esta se presente en sus individuos.

Existen dos formas por las cuales la cultura puede influenciar esta actitud: de abajo hacia arriba o de arriba hacia abajo. La primera forma se desarrolla en una sociedad donde varios individuos tienen características y valores emprendedores, entonces más personas se volverán emprendedores; ésta es definida como “*aggregate trait*” (característica agregada) (León, Gorgievski, & Lukes, 2008). Por ejemplo, los empresarios exitosos pueden contribuir en la decisión para que individuos cercanos se vuelvan emprendedores (Lafuente, Vaillant, & Gómez,

2012). Desde la segunda visión, el emprendimiento debe tener una aprobación moral o legitimización por parte de la sociedad para que sea promovida en las practicas que esta tiene como por ejemplo en la educación; es llamado “*societal legitimation*” (legitimación social) (León, et al. 2008). Esta teoría es parecida a la expuesta por Schwartz en 1992 mencionada anteriormente.

En un modelo diferente pero relacionado a la segunda visión, la sociedad debe construir una orientación hacia el emprendimiento (EO por sus siglas en ingles), donde está el cómo se van a desarrollar los proyectos que cada persona está visualizando, lo que genera una consecuencia directa en el crecimiento de la economía. Es por eso que los países desarrollados tienen una alta Orientación al Emprendimiento (Lee & Peterson, 2000).

Por otro lado, Krueger (2007) habla de un modelo “*constructivista*” donde los humanos construyen un modelo de conocimiento y este continúa evolucionando en el tiempo; se asume que la educación está influenciada por condiciones y creencias sociales. Es así como el modelo educacional puede romper esquemas y reflejar comportamientos emprendedores en las personas debido a la forma en que se quiera direccionar.

Otro modelo que muestra la relación existente entre el líder emprendedor y los factores culturales que lo afectan, es el expuesto por Wennekers, Uhlaner y Thurik (2002) donde se determina que hay una relación cíclica entre el rendimiento económico, la tasa de emprendimiento y las condiciones agregadas. Existen variables que están dentro de los factores de rendimiento económico (riqueza personal, rentabilidad de la forma y crecimiento económico), tasa de emprendimiento (principiante, creadores de empresa y dueño de empresa) y condiciones agregadas (tecnológico, económico, demográfico, cultural e institucional) y pueden ser afectadas cuando alguna variable intermedia varíe.

Según los estudios de Liñán et al. (2011), la valoración cercana tiene una mayor influencia que la actitud personal hacia el comportamiento. La valoración social afecta la percepción que tiene la persona de sí misma y como actúa. Sin embargo, estos comportamientos dependen de la región donde esté ubicada (Liñán, et al. 2011). Mientras tanto, la teoría de la conducta planeada (Ajzen, 1991) examina como el medio ambiente social y cultural afecta la conducta de las personas; su base es el control percibido de comportamiento.

De acuerdo con Mitchell, Smith, Seawright y Morse (2000), el emprendimiento ha sido explicado por dos modelos con base cognitiva: el evento empresarial y la teoría de la conducta planeada. El evento empresarial (Shapero & Sokol, 1982) es donde se encuentran las percepciones de lo atractivo como el sistema de valores, el social y la factibilidad, lo que determina las decisiones personales.

Vaillant y Lafuente (2007) hacen una investigación donde unen varios factores de los modelos mencionados anteriormente. Las variables usadas para identificar la intención emprendedora fueron el género, la edad, la educación, la autoconfianza en habilidades de liderazgo, tolerancia al fracaso y la presencia de un emprendedor en su vida. Este estudio demuestra que el emprendimiento está condicionado al marco institucional local y, que la influencia que presenta otro emprendedor en la vida de una persona, es a corto plazo.

Según Bardura (1977), la auto-eficacia se refiere a las creencias de una persona en su capacidad de desarrollar una tarea. Cuando esta está presente, se ve traducida en un alto desarrollo profesional y una alta habilidad emprendedora, así como características que llevan a ser un exitoso emprendedor (Boyd & Vozikis, 1994). Por su parte, Liñán, et al. (2011) dice que al combinar los factores contextuales definidos como los comportamientos y creencias de una sociedad, con la auto-eficiencia y características emprendedoras de una persona, se tendría una persona con intención emprendedora.

La relación del emprendimiento como factor clave del crecimiento económico ha generado la creación de proyectos de iniciativa de investigación como el Global Entrepreneurship Monitor, que publica reportes anuales del análisis del porcentaje de adultos del mundo que participa en actividades emprendedoras y las condiciones que aumentan esta acción (Amorós & Bosma, 2014). Tomando en cuenta la teoría de Porter (2002), el estudio divide las economías del mundo en tres: economías impulsadas por los factores, por la eficiencia y por la innovación.

El emprendimiento se entiende por fases desde la intención de empezar un negocio, empezarlo recientemente, las nuevas empresas establecidas y la interrupción de estas. Que esto ocurra está relacionado por las complejas relaciones causales entre el emprendimiento y el desarrollo económico del mundo (Amorós & Bosma, 2014). El marco en el cual se desarrolla esta dado por tres componentes: la actividad emprendedora, la actitud emprendedora y las aspiraciones

emprendedoras; no necesariamente se desarrollan de forma lineal y pueden afectarse entre ellos produciendo innovación, crecimiento económico y empleo. Un alto grado de los componentes no necesariamente es una consecuencia directa positiva del desarrollo económico (Autio, 2007).

El reporte anual de emprendimiento examina e identifica los factores relacionados con el nivel de actividad empresarial a nivel micro y macro, así como la influencia de las instituciones en él (Amorós & Bosma, 2014).

De estas evidencias se puede concluir que el emprendimiento es una característica del líder y está influenciada por factores externos. La cultura se define por los valores y creencias que tengan, afectando directamente el emprendimiento en las personas de una sociedad y con eso, su liderazgo, lo cual tiene una relación directa con el crecimiento económico; es así como hay países desarrollados con una alta tasa de emprendedores.

Existen muchos modelos por los cuales se relacionan estos factores. Aun así se recomienda que sigan los estudios del tema, ya que el liderazgo puede llegar a ser un eje fundamental e impulsador de la economía de un país.

3. Conclusiones

A partir de los años, varios autores han escrito sobre el liderazgo por un lado, sobre el emprendimiento por otro y cómo estos se pueden o no dar dependiendo de la cultura. Es así como se debe realizar un documento donde se establezca el emprendimiento como característica de un líder y cómo este es afectado por la cultura.

El líder es una persona capaz de influenciar a otros; debe contar con habilidades específicas que le permitan crear esa influencia y generar acción en las personas para llegar a la meta. El emprendimiento es generar una acción; esta mayormente enfocada en el proceso y en la habilidad

que tenga la persona para tomar un riesgo. Es así como el emprendimiento puede tomarse como una habilidad de un líder.

Pero habitualmente se da a conocer que el emprendimiento y su desarrollo es influenciado por el contexto en dónde se desarrolle la persona. La cultura es definida como el conjunto de características y comportamientos que definen a un grupo de personas. Por ejemplo, en las sociedades donde hay un mayor emprendimiento se encuentra que hay mayores salarios y, por ende, la sociedad tiene una mejor calidad de vida.

Llevando el emprendimiento a un modelo, se entiende como la suma de factores ambientales y motivacionales. Debido a esto, la cultura toma un rol importante donde se enmarca la aceptación social que tenga ser emprendedor: a mayor aceptación, mayor emprendimiento. Así mismo, teniendo en cuenta la cantidad de emprendedores que se encuentren en una población, se van a desarrollar nuevos, ya que los actuales van a “contagiar” de su actitud a otras personas. Es decir, la sociedad construye un modelo de aceptación hacia desarrollar o no un sentido de emprendimiento.

Una forma en la que se puede entender el concepto de constructivismo es por medio de la necesidad que tiene una sociedad de generar continuidad de conocimiento; si esta ha desarrollado nuevas prácticas por medio del emprendimiento, va a hacer todo lo posible para enseñar a las nuevas generaciones para ser sostenible a largo plazo.

Teniendo en cuenta que hay una relación cíclica entre tasa de emprendimiento, condiciones agregadas y el rendimiento económico, se observa una relación continua entre estos factores. Sin embargo, no se puede dejar de lado la percepción que tiene una persona de sí misma para generar emprendimiento, ya que este se vuelve un determinante en la seguridad y la apertura al riesgo que tenga, teniendo en cuenta que se rige bajo un sistema de valores.

Al momento de ver el contexto en el que se desarrolla un emprendedor, el marco institucional toma fuerza, debido a la rigidez e independencia de cómo puede evolucionar. Es así como al combinar los factores contextuales con las características personales, se genera un emprendedor.

El marco por el cual se puede medir que tan emprendedora es una sociedad se da por tres componentes: la actividad, la actitud y las aspiraciones emprendedoras. Todas pueden relacionarse entre sí, pero debido a que el emprendedor se enfoca mayormente en el proceso más que en el resultado, la combinación de estas puede no necesariamente traducirse en un desarrollo económico mayor.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 179-211.
- Amorós, J. E., & Bosma, N. (2014). *2013 Global report*. Londres: Global Entrepreneurship Research Association.
- Anchua, C. F., & Lussier, R. N. (2010). *Leadership: theory, application, skill development*. Mason, OH: South-Western, Cengage Learning.
- Arámbula Monreal, Z., Márquez Miramontes, B. L., Montiel Méndez, O. J., & Ordoñez Molinar, L. (2012). Intención de emprendimiento en estudiantes: el caso de una universidad pública en ciudad Juárez, México. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 1231-1243.
- Autio, E. (2007). *2007 Global Report on High-Growth Entrepreneurship*. London: Global Entrepreneurship Research Consortium.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. New York: Free Press.
- Boyd, N., & Vozikis, G. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Baylor University*, 63-77.

- Casellanos, O. F., Chávez, R. D., & Jiménez, C. N. (2003). Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento. *Innovar*, 145-156.
- Castrillón Velásquez, D. A. (2011). Del líder al humano en la organización. *Pensamiento & Gestión*, 34-55.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. California: Sage Publications.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton: Princeton University Press.
- Lafuente, E., Vaillant, Y., & Gómez, E. (2012). El impacto de factores socio-culturales sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España. *Memorias XXI Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*, 517-544.
- Laverde, F. P. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Economía, Gestión y Desarrollo*, 9-26.
- Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation and Global Competitiveness. *Journal Of World Business*, 401-416.
- León, J. A., Gorgievski, M., & Lukes, M. (2008). *Teaching Psychology of Entrepreneurship: Perspective from Six European*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Liñán, F., Fernandez-Serrano, J., & Romero, I. (2013a). Necessity and opportunity entrepreneurship: The mediating effect of culture. *Revista de economía mundial*, 21-47.
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013b). La intención emprendedora entre el Reino Unido y España: un estudio comparativo. *Revista de economía mundial*, 73-103.
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional*, 187-215.
- Lupano Perugini, M. L., & Castro Solano, A. (2005). Estudios sobre el liderazgo: teoría y evaluación. *Psicodebate*, 107-122.

- Mitchell, R. K., Smith, B., Seawright, K. W., & Morse, E. A. (2000). Cross-cultural cognitions and the venture creation decision. *Academy of Management Journal*, 974-993.
- Pedraja R., L., & Rodríguez P., E. (2004). Efectos del estilo de liderazgo sobre la eficacia de las organizaciones públicas. *Revista Facultad de Ingeniería, U.T.A. (Chile)*, 63-73.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Business & Economics.
- Porter, M. E., Sachs, J. D., & McArthur, J. W. (2002). Executive Summary: Competitiveness and stages of economic development. *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, 16-25.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Retrieved from <http://lema.rae.es/drae/?val=cultura>
- Rodriguez, C., & Vazquez, L. E. (2004). *Liderazgo Contemporaneo Programa de Actualizacion de Habilidades Directivas*. Colima, México: UCOL.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in experimental social psychology*, 1-65.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia Of Entrepreneurship*, 72-90.
- Universidad del Rosario. (2013). *Documento descriptivo de las líneas de investigación*. Bogotá.
- Vaillant, Y., & Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship & Regional Development*, 313-337.
- Vérin, H. (1982). Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée. *Presses Universitaires Francaises*, 9-14.
- Wennekers, S., Uhlaner, L. M., & Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: a macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 25-68.
- World Economic Forum. (2013). *The global competitiveness report*. Geneva: World Economic Forum.