

EMPRENDIMIENTO Y CULTURA PARA LA PERDURABILIDAD EMPRESARIAL

RICARDO ROMERO BARÓN

TRABAJO DE GRADO

CENTRO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES PARA LA PERDURABILIDAD

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

BOGOTÁ, JULIO DE 2010

EMPRENDIMIENTO Y CULTURA PARA LA PERDURABILIDAD EMPRESARIAL

RICARDO ROMERO BARÓN

TUTOR:

ANDREA ÁVILA TINOCO

TRABAJO DE GRADO

CENTRO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES PARA LA PERDURABILIDAD

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

BOGOTÁ, JULIO DE 2010

Agradecimientos

Andrea Ávila Tinoco por guiarme para hacer el trabajo.

Dedicatoria

Isis, por su incondicionalidad.

TABLA DE CONTENIDO

LISTAS ESPECIALES	i
Lista de Ilustraciones.....	i
Lista de Tablas.....	i
Resumen	ii
Abstract.....	iii
INTRODUCCIÓN	1
Capitulo 1. CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO	4
1.1 Evolución del estudio en la Escuela de Negocios de Harvard	5
1.2 Concepto de Emprendimiento	11
1.2.1 Autores clásicos	11
1.2.2 Autores Modernos	13
1.2.3 Autores contemporáneos más relevantes.....	13
Capitulo 2. Breve inmersión en la teoría, pensamiento y creencias sobre emprendimiento	21
2.1 Mitos	21
2.2 Escuelas y corrientes del pensamiento emprendedor.....	25
2.2.1 Escuelas del Pensamiento Emprendedor:	25
2.3 El proceso	28
Capitulo 3. La cultura desde la antropología cultural y emprendimiento.	33
3.1 Concepto de cultura	34
3.2 La Antropología Cultural y el Emprendimiento.	36
4. Emprendimiento, visión pragmática y actual.....	43
4.1 Global Entrepreneurship Monitor	43
4.2 Informe GEM Colombia 2009	48
4.2.1 El empresario en Colombia, según el informe GEM Colombia 2009.....	54
Capitulo 5. La importancia del estudio de emprendimiento	64
5.2 Ley de emprendimiento en Colombia.....	69
5.3 Entidades que fomentan el emprendimiento en Colombia	72

6. Conclusiones y propuesta de estudio 75
BIBLIOGRAFIA..... 83

LISTAS ESPECIALES

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Dimensiones del Emprendimiento	14
Ilustración 2 Concepto Emprendimiento Morris	16
Ilustración 3 Concepto GEM	45
Ilustración 4 Modelo GEM.....	46

Lista de Tablas

Tabla 1 TEA-PIB GEM 2009	50
Tabla 2 TEA Colombia, 2006-2009.....	51
Tabla 3 TEA Colombia 2009.....	52
Tabla 4 Salidas empresariales.....	53
Tabla 5 Salidas empresariales por grupos.....	54
Tabla 6 Motivaciones	55
Tabla 7 TEA genero.....	56
Tabla 8 TEA edad.....	57
Tabla 9 TEA educación.....	58
Tabla 10 TEA ingreso	59
Tabla 11 Sectores productivos.....	60
Tabla 12 Niveles tecnológicos	61
Tabla 13 Problema.....	80
Tabla 14 Solución	81

Resumen

Este documento es un trabajo de grado que aborda temas de emprendimiento en su concepto y proceso, la cultura desde un punto de vista antropológico, indagando sobre conceptos teóricos, luego analizando el estado actual de la actividad empresarial en Colombia, para proponer dos soluciones a la problemática de la perdurabilidad empresarial.

Para ello es necesario entender el concepto de emprendimiento, cómo es su proceso, y cómo se relaciona la antropología cultural con éstos y el entorno de negocios.

No se pretende plantear un modelo de investigación, se quiere proponer un tema que sirva de base para una futura indagación más profunda que posiblemente aportará el descubrimiento de nuevas oportunidades de creación de empresas innovadoras y perdurables.

Palabras clave: Emprendimiento, cultura, proceso de emprendimiento.

Abstract

This document is a work of degree that addresses issues of entrepreneurship in their concept and process, culture from an anthropological standpoint, investigating on theoretical, concepts, then analyzing the current state of business activity in Colombia to propose two solutions to the problems of corporate sustainability.

This requires understanding the concept of entrepreneurship, what is your process and how it relates to cultural anthropology with them and the business environment.

It is not intended to propose a research model, is to propose a topic as a basis for future investigation may provide deeper than the discovery of new opportunities for the creation of companies innovative and enduring.

Key words: Entrepreneurship, cultural anthropology, entrepreneurial process

INTRODUCCIÓN

La Organización de Naciones Unidas [ONU], a través de los objetivos de Desarrollo del Milenio, ha planteado las ocho problemáticas más importantes a resolver de la humanidad entre 1990 y el 2015, dentro de ellas, la número uno es “Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre”, la cual espera reducir la pobreza, el hambre al 50% y lograr el empleo pleno y productivo.

Los diferentes gobiernos y entidades internacionales toman diferentes acciones para ayudar a cumplir con los objetivos anteriormente citados, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial [ONUDI], promueve el espíritu empresarial y el mejoramiento del entorno empresarial, institucional, y de política, entre otros; estos incentivan programas institucionales y mayoritariamente académicos sobre la capacidad empresarial, el espíritu empresarial, educación empresarial, cultura de emprendimiento y sociedad empresarial (citado en “Aproximación para la Creación del Centro de Emprendimiento para la Universidad del Rosario”, 2009, Enero)

La creación de nuevas empresas, es vista como un factor clave para la generación de empleo, la reducción de pobreza y hambre, la ONUDI cree que el desarrollo industrial es un medio de crear empleo e ingresos a fin de superar la pobreza. El emprendimiento empresarial es un concepto importante para el desarrollo económico de las sociedades, razón por la cual es un tema que cada día toma más fuerza como objeto de estudio interdisciplinar.

El emprendimiento es un tema de investigación sobresaliente en las escuelas de negocios, con la Universidad de Harvard como pionera que desde los años ochenta, sus estudiantes, catedráticos y egresados, han venido presentando

publicaciones sobre el complejo proceso de la creación de empresas (Nueno, 2009).

Al hacer la documentación bibliográfica previa a esta investigación, tanto en fuentes primarias como en secundarias, se ha encontrado una gran variedad de publicaciones sobre emprendimiento, en una buena parte están basadas en experiencias empresariales de personas u organizaciones, otras metodologías para la creación de empresas y en los últimos años, investigaciones sobre el emprendimiento, su concepto, la teoría, el proceso y el manejo de riesgos y oportunidades.

En el desarrollo de este escrito se abordarán singularmente algunas publicaciones de carácter investigativo, teórico, que abordan el tema científicamente y se excluye las basadas únicamente en hechos empíricos o en propuestas metodológicas para creación de una empresa, no porque no sean importantes sino porque no son relevantes en esta investigación.

Con el objeto de presentar procesos o teorizar sobre la materia para dar argumentos que faciliten su entendimiento, otros autores han enfocado sus estudios desde las ciencias económicas, empresariales, psicológicas del individuo y las sociales, lo que previamente da indicios de ser un tema de carácter interdisciplinario.

También se ha observado en la documentación previa que, desde las ciencias económicas es de donde se han hecho la mayor parte de las investigaciones sobre temas de emprendimiento empresarial en el siglo XX, ahora en el siglo XXI, otras ciencias como las sociales empiezan a tener mayor interés en las motivaciones y los procesos de creación de empresas (Rodríguez, 2009).

Dentro de los aportes de otras ciencias y para los intereses de esta investigación, se resaltarán los planteamientos sobre cultura que tiene la Antropología Cultural,

en donde, se dice que el concepto de cultura lo abarca todo, un individuo la aprende, la comparte, la simboliza, es natural, es integradora y es adaptativa (*Nanda.1987. p. 39*).

Si la cultura influencia las acciones del hombre, el proceso de emprendimiento también estaría marcado por el entorno y por la cultura que tenga el individuo en un grupo social, entonces ¿Cómo podría influir la cultura de un emprendedor frente a un proceso de emprendimiento?

Al relacionar la cultura del hombre con los procesos de emprendimiento empresarial podría surgir nuevos temas de investigación sobre las motivaciones de las personas en estas acciones, métodos de descubrimiento de nuevas oportunidades de negocios, la vocación del individuo a diferentes áreas del mundo empresarial y de, bases para la perdurabilidad de las nuevas iniciativas empresariales.

Este trabajo de grado es una investigación sobre el concepto de emprendimiento y la relación que pueda tener con la cultura del individuo desde un punto de vista antropológico, con un acercamiento al caso Colombiano específicamente.

Como el emprendimiento no tiene una definición exacta es necesario el acercamiento a un marco teórico para profundizar en los diferentes conceptos, mitos y teorías, la importancia de su estudio a nivel mundial, la actualidad, el caso Colombia, el concepto de cultura desde la Antropología y para luego si proponer aspectos de estudio más profundos.

Capítulo 1. CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO

La palabra emprendimiento no se encuentra en el diccionario de la real academia de la lengua española¹, en el transcurso de este documento se va a tomar Entrepreneurship como emprendimiento a la acción de crear empresa, emprendedor a la persona o empresario, intraemprendimiento a la generación de empresas, proyectos y/o nuevas líneas de negocio desde la organización, y emprendimiento social cuando su objetivo no es el lucro.

“El intraemprendimiento es de vital importancia para la perdurabilidad y el éxito organizacional, así como para el desarrollo económico” (Trujillo, 2008, p. 58), es un tipo de emprendimiento que se da adentro de la organización que puede impactar al entorno externamente, con la creación de nuevos productos o servicios e, internamente desde la innovación, la cual juega un papel primordial.

En la literatura técnica internacional existen diversas escuelas de pensamiento sobre el significado y el alcance de los términos “entrepreneurship”, “entrepreneur”, “entrepreneurial”. En los procesos de traducción de estos términos al español se han dado también diversas interpretaciones y se usan múltiples palabras: empresario, emprendedor, líder empresarial, propietario de empresas, creador de empresas, iniciativas empresariales, creación de empresa, espíritu empresarial, emprendimiento, empresarismo, emprenderismo, empresarialidad, emprendedurismo, etc. (Informe Global Entrepreneurship Monitor [GEM] Colombia, 2009, p. 5)

Cuando se habla de entrepreneurship en español cada autor decide como va a tomar el término al traducirlo, ahora, académicamente, se ha teorizado en gran medida sobre el concepto del término y para el cual, no hay una única definición universal, hay varias definiciones en el mundo académico, por ello y para entender

¹ Ver más en RAE: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=emprendimiento

claramente que es el emprendimiento, es necesario citar varias definiciones y percepciones sobre la palabra.

Se ha encontrado en los libros consultados sobre emprendimiento desde el punto de vista científico que, para definir y explicar el concepto hacen un recuento evolutivo de la palabra y el manejo en el tiempo por otros pensadores, además, plantean definiciones desde sus escuelas de pensamiento o experiencias personales, percepciones, mitos, importancia y mitos.

Lo que se ha encontrado al consultar las publicaciones académicas sobre el emprendimiento es que para dar a entender el concepto es necesario ver el origen de la palabra, la evolución histórica de la concepción y resaltar a los pioneros en la materia.

Dado que la intención de los dos primeros capítulos de esta investigación es dar un bosquejo de un marco teórico sobre el concepto de emprendimiento y no el de proponer una nueva definición sobre el mismo, se hace necesario resaltar la evolución del manejo del concepto, para lo cual se va a tomar a Pedro Nueno (2009).

El enfoque de Nueno es el de resaltar como la mayoría de los pioneros han sido egresados o funcionarios de la Universidad de Harvard, desde la cual promueve la creación de empresas innovadoras, además de ser catedrático en la materia.

Con respecto a la evolución histórica del concepto que se propone en los diferentes libros consultados, la diferencia no es significativa, se toma a Nueno simplemente porque es completa y enfocada a los aportes teóricos.

1.1 Evolución del estudio en la Escuela de Negocios de Harvard

Un autor contemporáneo que bien resume, la evolución del concepto de emprendimiento, desde autores principalmente de la universidad Harvard, es Pedro Nueno en el libro *Emprendiendo hacia el 2020* (2009)², el cual será tomado como referencia para nombrar los aportes de varios de los pioneros y gurús en la materia.

Nueno resalta que dentro de los egresados de Harvard se encuentran los primeros autores en hablar específicamente de emprendimiento, los pioneros en la materia como Joseph Schumpeter a quien se le considera el padre del emprendimiento, si bien, primero fueron economistas luego los aportes los hacen autores desde la Escuela de Negocios, específicamente sobre temas de las ciencias administrativas.

Schumpeter 1950, es uno de los autores más importante porque introduce toda la concepción empresarial con:

El emprendedor innova mediante la introducción de nuevos productos o la mejora de productos existentes, mediante la introducción de nuevos métodos de producción, mediante la apertura de un nuevo mercado, especialmente cuando se trata de un nuevo territorio o de un mercado de exportación, mediante el abastecimiento a una nueva fuente de abastecimiento para materias primas o productos semielaborados, o incluso mediante la creación de nuevas formas de organización o estructuración de la actividad económica, incluyendo la organización de un monopolio [...] El emprendedor no es un inventor [...] Tampoco es un capitalista [...] El emprendedor tiene una función de asignar recursos, de tomar decisiones y de organizar innovadoramente la actividad económica, en definitiva dirigir. (Schumpeter 1950 citado en Nueno, 2009, p. 214)

² Nueno se ha criado en la Escuela de Negocios de Harvard como estudiante, fue alumno de grandes gurús en el tema y pioneros a nivel empresarial. Además también se ha convertido en un experto en la materia al dedicar su vida académica al estudio y la promoción del emprendimiento como profesor entre estudiantes de la Maestría de Negocios de la Universidad de Harvard.

Uno de los aportes más importantes de Schumpeter, por el cual mayoría de definiciones sobre emprendimiento hablan, es el de la innovación del emprendedor se hace mediante la introducción de nuevos productos o mejoras a los ya existentes, por lo que el emprendimiento desde los años 50 es la creación o la mejora de un producto, para los cuales hoy en día debe dar como resultado una nueva empresa o línea de negocio.

Gracias a Schumpeter el concepto de emprendimiento empresarial está directamente relacionado con la innovación, siempre habla nuevos métodos, nuevos mercados, nuevos productos, mejoras a todo lo existente, nuevas formas de abastecer insumos y siempre tiene en cuenta toda la cadena o círculo de producción hasta la comercialización.

Deja clara la directa relación con la innovación pero, hace la aclaración de lo que no es el emprendimiento, el emprendedor no es un inventor solamente, sus fines no son solo de rentabilidad, o tener el dinero no es igual a ser emprendedor, no es un simple capitalista.

Se hace el acercamiento a las ciencias administrativas al hablar de las funciones del emprendedor de asignar recursos, la toma de decisiones, organizar la actividad económica y aclara que debe ser capaz de dirigir, es de decir, debe tener cualidades y habilidades que los administradores suelen tener.

Si bien el análisis de Schumpeter se hace desde un punto de vista económico, es el primer autor en proponer intencionalmente el concepto de emprendimiento, como creación de empresa, descubrir oportunidades, manejo del riesgo e importancia en el desarrollo económico, innovación, administración y mercado diferencia en el concepto, además se considera pionero en la materia.

Otros autores de la época también relacionan el concepto con temas económicos, luego con David McClelland y Peter Drucker, después de la década de 1960

entran autores de las ciencias administrativas pero, siguiendo con la línea de innovación. (Nueno, 2009, p. 213-226)

Se crean nuevas definiciones de emprendedor con autores en su gran mayoría académicos de Harvard. Solo hasta la década de 1980 se escribe sobre la interdisciplinariedad o transdisciplinariedad del concepto de emprendimiento.

El fenómeno de emprendedor podría también utilizarse desde la perspectiva de lo que estimula o lo que provoca en un individuo determinado. Así, podríamos hablar de tres ejes o escuelas. La escuela personal, la social y la reticular. (Sexton y Smilor, 1986, citado en Nueno, 2009)

El planteamiento de Sexton y Smilor habla de la perspectiva personal hace referencia a características intrínsecas y extrínsecas de la psicología del individuo como la genética, la educación, el entorno familiar, si ha estado cerca de otros procesos de emprendimiento o si por el contrario nunca tuvo nada que ver con ello pero, por alguna reacción a aspectos laborales, económicos o de éxito se ve impulsado a hacerlo.

Con la perspectiva social se habla que el emprendedor nace por estar ligado a ciertas circunstancias sociales como los judíos, libaneses o migrantes chinos e indios por causas de desplazamiento. Al estar cambiando de entorno se pueden aprovechar diferentes oportunidades utilizando factores que existen o no en determinados lugares.

Nueno (2009) hace referencia a la escuela reticular que, explica el fenómeno del emprendedor en función del costo de acceso a los recursos necesarios para explotar una necesidad, los cuales están relacionados con la abundancia de recursos y con la disponibilidad de información sobre la existencia y localización de dichos recursos. La mayor abundancia de recursos y de agentes, es decir, la mayor reticulación de la sociedad, facilitara el desarrollo del espíritu emprendedor.

Esta escuela hace la relación que a mayor acceso a la información, centros de emprendimiento, parques tecnológicos, ferias, acceso a capital e instituciones de formación, entre otras, se fomentará recíprocamente el espíritu emprendedor.

Este es un aspecto muy importante para los países en vía de desarrollo, que en los cuales, cumplir con este ambiente favorable para la creación de empresas, resulta costoso y difícil de implementar pero, como dice Nueno, los resultados positivos se harán visibles.

Dentro de la búsqueda de aportes teóricos sobre el concepto de emprendimiento en los diferentes libros consultados por esta investigación, se ha encontrado con dos gurús en la materia, Howard Stevenson y Jeffrey Timmons, los cuales son muy nombrados y citados desde la década de 1980 dado que sus estudios y enseñanzas están enfocados en el estudio del emprendedor desde aspectos de las ciencias administrativas y empresariales.

Stevenson (citado en Nueno, 2009, p. 221) habla de 5 ejes, que son: “su orientación básica o estratégica, su compromiso con la oportunidad, su compromiso con los recursos, su actitud frente al control de los recursos y su enfoque organizativo [...] el emprendedor persigue la oportunidad y actúa en forma revolucionaria y creativa para explotarla, mientras que su antípoda, el administrador, actúa evolutivamente en base a y motivado por los recursos que controla.”

Este aporte es importante porque es el inicio del interés de los académicos por separar desde lo conceptual, las acciones y el significado de ser emprendedor a ser administrador, además de impulsar el estudio de emprendimiento desde la ciencia administrativa.

Jeffrey Timmons ha publicado varios libros sobre el emprendimiento, haciendo referencia al concepto de oportunidad (1990), en la forma como se identifican las oportunidades, sobre la forma de pensar (1989), analizando como son los

emprendedores en los puntos cruciales y sobre la financiación de la nueva empresa. Hoy en día los aportes más importantes que se saben de él son sobre la consecución del capital y su importancia para el desarrollo de las iniciativas, además de, resaltar las buenas contribuciones que esto ha traído en la evolución empresarial de los Estados Unidos por encima de Europa y Japón. (Nuño. 2009. p. 223)

Nuño muestra como el emprendimiento, desde que es estudiado por las escuelas de negocios, especialmente la de Harvard, ha sido tomada como un fenómeno práctico, es decir, la mayoría de investigaciones y publicaciones que hay sobre éste, en un comienzo, estaban basadas en casos reales de emprendimientos y como él o la universidad han influenciado positivamente. El propósito de la cátedra de emprendimiento era netamente en búsqueda de resultados, es decir, en promover la creación de empresas.

Solo hasta finales de la década de los 90 y hasta el 2010, han salido publicaciones enfocando al estudio del emprendimiento como un tema científico, resaltando su proceso y dejando un poco de lado los resultados, Nuño critica esto, dado que su propósito es mostrar más los resultados, en los que él y la universidad han ayudado o incentivado a la creación de empresas entre sus estudiantes, desestimando el escudriñamiento teórico sobre el tema; las escuelas de emprendimiento están enfocadas en ayudar a crear nuevas empresas por medio de sus estudiantes.

Según lo que muestra Nuño, y lo que resalta otros de sus colegas es que, la mayoría de nuevas empresas creadas, que son innovadoras, con gran crecimiento y perdurabilidad son de estudiantes o graduados del MBA de la Escuela de Negocios de Harvard u otros grandes institutos que fomentan el emprendimiento.

Esto no desestima que personas que no pasen por escuelas de negocios o de emprendimiento no lo logren, lo que se muestra acá es que un gran número lo han logrado gracias a esto. Tampoco desestima la investigación científica sobre el

emprendimiento, solo que, su gran interés son los resultados en cantidades inmediatas de creación.

1.2 Concepto de Emprendimiento

No es propósito de este documento plantear una nueva definición o modificación a los conceptos de emprendimiento, amerita el planteamiento evolutivo de este, para lograr un mejor entendimiento y así, poder proponer ideas que relacionen su palabra. A continuación se mostraran algunos de los más relevantes para esta investigación:

1.2.1 Autores clásicos

En el siglo XVIII en Francia, el autor Richard Cantillón (1680-1734) introdujo el concepto *entrepreneur* como “el individuo que asume los riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores” que reciben ganancias variables e inciertas” (citado en Rodríguez, 2009, p. 97).

La evolución del concepto emprendimiento se ha vinculado con el reconocimiento de la innovación constante pero también propensa al riesgo, como se vio más adelante en el concepto de Adam Smith, además de agregar una definición dinámica donde interactúa el funcionamiento de los sentimientos morales que conllevan al intercambio como motor del desarrollo humano. Alfred Marshall, mencionó el trabajador superior ligado a habilidades de liderazgo, como lo acentuó posteriormente Francis E Walter. (Rodríguez. 2009. p. 98).

Luego Joseph Schumpeter, describe el término como “aquellos individuos emprendedores y empresarios que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados de bienes y servicios”, concepto debatido por la Escuela Austriaca. (Rodríguez, 2009, p. 100)

Las propuestas de Schumpeter acerca de emprendimiento son una de las más estudiadas, dado que destaca la importancia del empresario como motor de la economía, hablando de reformar o revolucionar los esquemas de producción, señalando como portador de mecanismos de cambio, capaz de vencer las dificultades que el entorno le presente. Procesos de destrucción creadora que, revolucionan la estructura económica, destruye lo antiguo y crea continuamente elementos nuevos (es la esencia del capitalismo). Factor clave en la evolución tecnológica y desarrollo industrial, y razón por la cual toda empresa debe aplicarla como garantía de éxito continuo y prolongado en el mercado de bienes y servicios. (Varela. 2008. p. 120).

No existe una definición precisa del concepto de emprendimiento. Con todo lo que se ha investigado y planteado sobre emprendimiento hay muchas empresas que crecen pero finalmente también han fracasado, pese a tener en ellas gran parte de estos ideales ya descritos, razón por la cual Alfonso Rodríguez plantea que el tema debe ser estudiado desde la interdisciplinariedad, a ver si de esta manera se logran creaciones de empresa más duraderas. (Modificado de Rodríguez. 2009. p. 101)

Como autores clásicos, prácticamente el aporte de Schumpeter es el más importante, si bien varios autores escribieron sobre el tema, sobre el concepto no hubo ningún cambio considerable hasta los años 80, los cuales en este documento serán tomados como modernos.

1.2.2 Autores Modernos

Dentro de los autores modernos se van a tomar las publicaciones de la década del 80 en la cual se introducen varias definiciones y algunos cambios relevantes.

Jeffrey A. Timmons habla del espíritu empresarial como habilidad de crear y construir algo de la nada, es una actividad propia del ser humano, liberación de energía para la construcción de una empresa, implica tomar riesgos calculados y lucha para evitar la falla, necesita de un grupo que complemente habilidades y talentos del líder. Es la destreza de para percibir una oportunidad donde otros ven caos, contradicciones, confusiones y peligros. Es capaz de identificar, acumular y controlar recursos, garantizándolos cuando mas sean necesitados. (Varela. 2008. p. 122)

Peter Druker, ser emprendedor implica ser innovador, en donde, las empresas innovadoras son las que crean algo nuevo, diferente, que cambian o evolucionan los valores. El emprendimiento no es una conducta únicamente intuitiva, de carácter, este tiene una base teórica, conceptual; base económica y social, para hacer algo diferente. Trae el concepto de destrucción creativa de Schumpeter, trata de marcar diferencia con al concepto de optimización de los economistas, y defiende que el cambio es sano y que los emprendedores lo deben explotar como un oportunidad. (Varela. 2008. p. 123)

Stevenson, el proceso de emprendimiento es la búsqueda de una oportunidad, dejando de lado los recursos que se tienen. (Varela. 2008. p.123)

1.2.3 Autores contemporáneos más relevantes

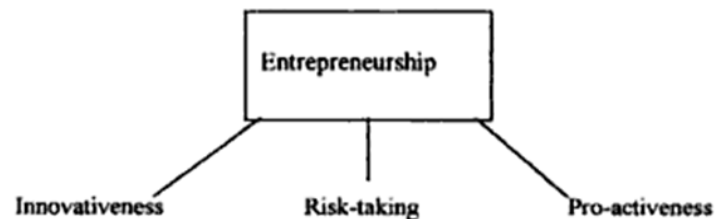
Dentro de los contemporáneos se clasificaran los autores más relevantes en la década del 90 y del 2000; también los más significativos para los propósitos de este documento.

1.2.2.1 Michael Morris, 1998.

El emprendimiento no es una disciplina formal, se busca que lo sea, no hay tampoco una teoría universal, se argumenta en base a otras teorías como la psicología, sociología, ingeniería, la economía y la administración; es claro que en su gran mayoría se relaciona con gente normal que quiere realizar sus sueños. (Morris.1998. p. 10)

Ilustración 1 Dimensiones del Emprendimiento

Underlying Dimensions of Entrepreneurship



Morris, Michael, 1998.³

Subrayando tres dimensiones claves de actitudes y comportamientos emprendedores, la innovación, el manejo del riesgo y la pro actividad. Covin y Slevin, 1989; Miller, 1983; Morris y Sexton, 1996. Ilustradas en el grafico anterior (Morris.1998. p. 18)

³ Ver más en Morris (1998). p. 16

Innovación hace referencia a seguir la creatividad, inusual y nuevas ideas para resolver problemas y necesidades, esto tomado de nuevas tecnologías o procesos. La toma de riesgos, habla de la voluntad de comprometer recursos teniendo en cuenta que la oportunidad tiene un gran chance errar; Los riesgos son típicamente moderados y calculados. La pro actividad tiene que ver con la implementación, con hacer lo que sea necesario para traerle al concepto emprendedor la realización; implica adaptación, perseverancia y responsabilidad ante el fracaso. (Morris. 1998. p. 18)

Morris propone el concepto de “entrepreneurial intensity” (EI) que es una medida que relaciona la frecuencia con el tamaño o el grado de emprendimiento.

En la definición que plantea Morris sobre el pensamiento contemporáneo, el componente moderno, es la característica de proceso, en el que interactúan personas o grupos con materias primas para luego explotarlas como oportunidades según el entorno y estas, se convierten en nuevas empresas, productos, servicios, mercados y tecnologías.

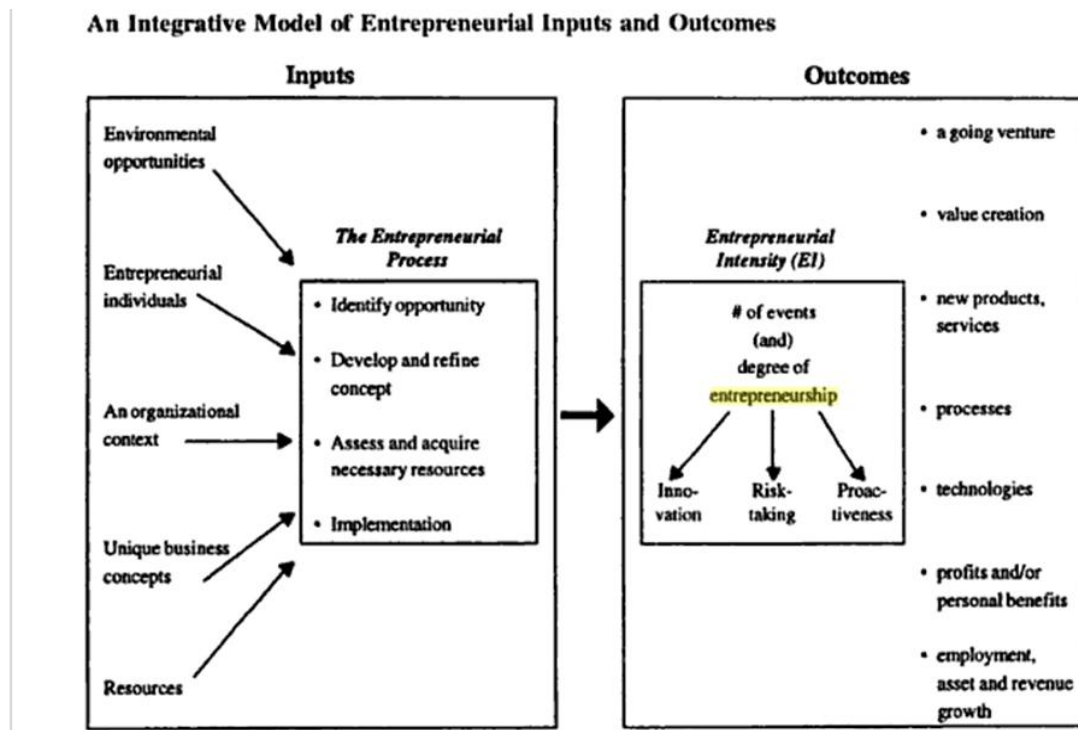
Se hablan de varias perspectivas para entender el concepto de emprendimiento, en el pensamiento contemporáneo se define que:

Entrepreneurship is the process through which individuals and teams create value by bringing together unique packages of resource inputs to exploit opportunities in the environment. It can occur in any organizational context and results in a variety of possible outcomes, including new ventures, products, services, process, markets, and technologies. (Morris, 1998, p. 16)

El emprendimiento también tienes componentes de actitud y comportamiento. En lo que se refiere a actitud, es la voluntad que tiene una persona u organización, para abrazar nuevas oportunidades y tomar responsabilidades por un cambio efectivo y creativo. Voluntad también se refiere a orientación emprendedora. El comportamiento incluye una serie de actividades requeridas para mover un

concepto o una idea a una etapa clave de implementación o proceso emprendedor. (Morris.1998. p. 17)

Ilustración 2 Concepto Emprendimiento Morris



Morris, Michael, 1998. Modelo para explicar el concepto, con un proceso de entradas y salidas.⁴

Morris es uno de los autores que mejor explica las características del emprendimiento en el mundo contemporáneo, además de abarcar el concepto y de explicar muy detenidamente el proceso implícito, también habla de unos mitos que se han creado sobre su percepción, por medio de los cuales, se aclara el concepto hablando de lo que no es.

1.2.2.2 Donald F Kuratko, 2008:

⁴ Morris. 1998. p. 17

Emprendimiento es un proceso dinámico de visión, cambio y creación. Este requiere una aplicación de energía y pasión, a través de la creación e implementación de nuevas ideas y soluciones creativas.

Como ingrediente esencial incluye, la voluntad para tomar riesgo calculado, en términos de tiempo, equidad o carrera; la habilidad para formular un efectivo equipo de empresa. Habilidad creativa necesita recursos. La habilidad fundamental de construir un buen plan de negocios; y, finalmente, la habilidad para reconocer oportunidades donde otros ven caos, contradicción y confusión. (Kuratko)

La definición de Kuratko sobre emprendimiento es:

Entrepreneurship is a dynamic process of vision, change and creation. It requires an application of energy and passion toward the creation and implementation of new ideas and creative solutions. Essential ingredients include the willingness to take calculate risks-in terms of time, equity, or career; the ability to formulate an effective venture team; the creative skill to marshal needed resources; the fundamental skill of building a solid business plan; and, finally, the vision to recognize opportunity where others see chaos, contradiction and confusion.(Kuratko, 2008)

También habla sobre algunos mitos que se tiene sobre el emprendimiento, de la importancia que ha tomado su estudio y de la evolución desde lo empírico a lo teórico. También habla de escuelas del pensamiento emprendedor, basadas en una visión macro con referencia a todo lo externo del proceso emprendedor y una micro con todo lo interno a nivel de características del emprendedor, relacionándolas con factores del entorno empresarial, de capital y financieros, de desplazamiento político, cultural, económico y de aspectos psicológicos o personales. (Kuratko. 2008)

Los puntos de vista del pensamiento emprendedor que plantea no soy muy diferentes a los ya propuestos por otros autores pero, hay uno especialmente importante que habla sobre la escuela de pensamiento de la formulación estratégica y que hace referencia a recursos, productos, personas o mercados que son únicos. (Kuratko. 2008)

1.2.2.4 Otros autores contemporáneos

En “A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus” Scott Andrew Shane, toma una definición general que se utiliza sobre el concepto de emprendimiento, que es una actividad que involucra el descubrir, evaluar y explotar oportunidades para introducir nuevos bienes y servicios, modos de organización, mercados, procesos y materias primas que antes no existían. Esta definición ha sido desarrollada por él y por Venkatamaran en el 2000. Con esta definición se habla sobre la oportunidad, el por qué, el cómo y el cuándo. (Shane 2003)

Es importante que, este hace una clara diferencia entre el “self employment” y “founding of a new business” dado que en el primero hace referencia a la solución de necesidades monetarias personales con comercialización de algún bien/servicios y en el segundo a la búsqueda de una oportunidad para intencionalmente crear una empresa que no existía antes. (Shane 2003).

La definición de emprendimiento de Venkatamaran (2004) es:

Un líder empresarial es aquel que es capaz de imaginar una posibilidad futura de empresas dentro de una estructura de macro fuerzas y tendencias, toma las decisiones necesarias para convertir ese futuro en una realidad actual y lo hace con un sentido de urgencia, sin limitarse por el conjunto de recursos que tenga a su disposición, con compromiso y flexibilidad durante el proceso de creación y con el propósito de hacer utilidad en el proceso... La creación empresarial es el

proceso de extraer y volver realidad una idea de nueva empresa del entorno de amplio de factores y tendencias sociales, económicas, tecnológicas y políticas con la ayuda de los recursos que generalmente disponemos: talento, imaginación, energía, educación, tiempo y contactos. (Venkatamaran 2004, citado en Varela, 2008, p. 125)

Autores que hablan o que plantean definiciones del concepto de emprendimiento en el mundo académico son bastantes pero, en Colombia son muy pocos, por ello, se van a resaltar brevemente algunos, los cuales trabajan para las universidades que trabajan para el consorcio Global Entrepreneurship Monitor Colombia, organismo encargado de estudiar, medir e informar el estado actual de la creación de empresas en los países del mundo.

Las universidades en Colombia son cuatro: U. Norte, de Barranquilla, U. ICESI, Cali, U. Javeriana, Cali y U. Andes, Bogotá.

Alfonso Rodríguez Ramírez, Magister en Ciencias de la Organización, artículo académico para la revista Pensamiento y Gestión de la Universidad del Norte, 2009:

Se plantea la necesidad de un estudio particularmente centrado a Colombia y América Latina, ya que por varias razones el emprendimiento en esta zona, puede ser muy diferente a lo que generalmente se analiza. Esta región, tiene un ambiente de negocios desigual y los rasgos culturales de las personas son diferentes, del emprendedor.

Su propósito es aportar un estudio interdisciplinario para responder a la pregunta de cómo entender el emprendimiento? Para el cual “el emprendimiento es comprendido como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, que los empresarios experimentan directamente en sus actividades y funciones; como un acto de superación y mejoramiento de las condiciones de vida de la

sociedad.”(Rodríguez, 2009, p. 95) Para este toma unas perspectivas de análisis y plantea otras.⁵

Fernando Pereira: Catedrático adjunto a la Universidad Javeriana de Cali, habla que lo que realmente diferencia al emprendimiento no es el resultado que se obtenga por medio de él, sino que, siempre debe tener el carácter innovación. (Pereira, 2003. Revista Economía Gestión y Desarrollo).

Rodrigo Varela PHD 2008, Director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial, Universidad ICESI Colombia:

En esta definición se asume que entrepreneur es empresario y entrepreneurship es tomado como “espíritu emprendedor”:

El empresario es la persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad y ante ella formular, libre e independientemente, una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha una empresa, que además de crear valor incremental para la económica, genera trabajo para él y, muchas veces, para otros. En este proceso de liderazgo creativo e innovador, el empresario invierte energía, dinero, tiempo y conocimientos, participa activamente en el montaje y operación de la empresa, arriesga recursos y su prestigio personal, y busca recompensas monetarias, personales y/o sociales y genera, con responsabilidad bienestar social. (Varela, 2008, p. 124)

⁵ En el siguiente capítulo se ampliara la información.

Capítulo 2. Breve inmersión en la teoría, pensamiento y creencias sobre emprendimiento

Profundizando en los estudios del emprendimiento se encuentran temas que van más allá del concepto, la definición o los algoritmos de creación de empresa; en los documentos, artículos y libros académicos del tema, se encuentran discusiones sobre las creencias, escuelas, corrientes de pensamiento, perspectivas, procesos, innovación y descubrimiento de oportunidades desde puntos de vista inter y transdisciplinariedad.

2.1 Mitos

Según autores como Varela (2009), Morris (1998) y Kuratko (2008), son varios los mitos que se han desarrollado sobre concepciones erradas del emprendimiento, y que al plantear estos se ayuda a esclarecer el significado correcto; para este documento es relevante como creencia; el mito: “Narración maravillosa situada fuera del tiempo histórico y protagonizada por personajes de carácter divino o heroico. Con frecuencia interpreta el origen del mundo o grandes acontecimientos de la humanidad. Persona o cosa a las que se atribuyen cualidades o excelencias que no tienen, o bien una realidad de la que carecen.”⁶(RAE)

A través de los años se han levantado varios mitos sobre el emprendimiento, principalmente por la carencia de estudios acerca del tema, como muchos investigadores lo han notado, la investigación sobre emprendimiento hasta ahora

⁶ Ver más en la Real Academia Española:
http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=transdisciplinaridad

está emergiendo, y así, la investigación ha desplazado al “folklor” en los últimos años. (Kuratko. 2008. p. 5)

Donald Kuratko (2008) habla de los diez más importantes:

1. Los emprendedores son hacedores, no pensadores. Si bien es verdad que emprendimiento tiende mucho a la acción, en el pensamiento contemporáneo, pensar y actuar, son igualmente importantes para la creación empresarial.
2. Los emprendedores nacen, no se hacen. Lo que se creía era que, las características de los emprendedores, no se pueden pensar o aprender; agresividad, iniciativa, manejo, control del riesgo, análisis y relaciones humanas. Hoy reconocer al emprendimiento como una disciplina, ayuda a neutralizar este mito y, como en todas las disciplinas, tiene modelos, procesos, casos de estudio, que permiten al tema estudiado y al conocimiento ser adquirido.
3. Los emprendedores son siempre inventores. La idea que emprendedores son inventores es el resultado de un malentendido, ser emprendedor es más que una invención, esto requiere comprender completamente el comportamiento de la innovación en todas sus formas.
4. Los emprendedores son inadaptados académicos y sociales. La creencia de dueños de empresas, que después de dejar su trabajo o la academia logran empezar empresas exitosas, es que la academia es ineficiente. Históricamente la academia no reconoció del emprendimiento, ello ahora ha cambiado, ya no es así, ahora es un héroe económico, social y académico, de inadaptado paso a ser un role profesional.
5. El emprendedor tiene que ajustarse al perfil. Mucho se ha escrito sobre las características que debe tener un emprendedor para ser exitoso, estas solo han servido de orientación, ahora la mentalidad emprendedora plantea diferentes perfiles de emprendedor.

6. Todo lo que necesita un emprendedor es dinero. Hoy en día se plantea que lo más importante es la idea, la oportunidad encontrada, así no se tengan los recursos.
7. Todo lo que un emprendedor necesita es suerte. “en el momento correcto en el lugar indicado”, no es suerte, es estar bien preparado, determinación, ambición, conocimiento e innovador.
8. El emprendimiento es inestructurado y caótico. Se dice que hay algunas personas desordenadas y que le delegan el trabajo a los demás; el emprendedor está bien organizado y mide el riesgo, esto es según la personalidad del emprendedor pero, debe funcionar.
9. La mayoría de iniciativas emprendedoras fracasan. Muchos emprendedores han sufrido o fallado antes de ser exitosos, en la mayoría de estos casos ha servido como experiencia de aprendizaje. Lo que se pretende con la investigación es reducir las fallas.
10. Los emprendedores son apostadores, son extremadamente arriesgados. En el proceso de emprendimiento el concepto de riesgo es uno de los más importantes; siempre debe ser moderado y calculado.⁷

Michel Morris (1998) (citado en “Aproximación para la creación... 2009) también plantea una lista de mitos o concepciones erradas sobre el emprendimiento, a continuación se van a nombrar pero no a entrar en detalles porque la mayoría coinciden con los anteriores.

1. El emprendimiento tiene que ver con iniciar y administrar un pequeño negocio.
2. El emprendimiento es un evento espontáneo.
3. El emprendimiento es una condición.
4. El emprendimiento está relacionado con asumir riesgos desenfrenados.
5. Los emprendedores nacen.
6. El emprendimiento está relacionado con codicia.

⁷ Ver. Kuratko. 2008. Entrepreneurship: Theory, process and practice.

7. El emprendimiento está relacionado con individuos.
8. Existe solo un tipo de emprendimiento.
9. El emprendimiento demanda mucho dinero.
- 10.El emprendimiento es cuestión de suerte.
- 11.El emprendimiento inicia con un producto o servicio nuevo.
- 12.El emprendimiento es desorganizado y caótico.
- 13.La mayoría de iniciativas emprendedoras fracasan.⁸

Rodrigo Varela (2008, p. 128) Dado que el proceso emprendedor es una acción inherente a la condición humana, las personas han establecido mitos y concepciones erradas, lo cuales salen a relucir cuando se quiere argumentar el por qué, una persona quiere justificar su profesión de empleado o la no elaboración de su propia empresa; Cada mito es valedero o importante según la persona o la cultura. Los mitos que se presentan a continuación son basados en la literatura americana y latinoamericana.

1. Los empresarios no analizan sino que van haciendo cosas.
2. Los empresarios nacen, no se hacen.
3. El empresario clásico o puro.
4. Todo lo que se necesita es dinero.
5. Al empresario le falta preparación.
6. Los empresarios son fracasados.
7. Todo lo que se necesita es suerte.
8. Con la primera empresa me enriquezco.
9. La mayoría de las empresas fallan rápidamente.
- 10.Solo los experimentados pueden ser empresarios.
- 11.La situación del país no permite crear empresas.

⁸ Tomado de: Facultad de Administración, Universidad del Rosario. Aproximación para la creación del centro de emprendimiento para la Universidad del Rosario. Bogotá: Enero de 2009. p. 11

12. Para formar empresas hay que ser inventor o trabajar en tecnología avanzada.
13. El empleo es seguro, las empresas no.
14. Mi profesión no es para formar empresas.
15. Solo es empresario el que tiene una empresa grande y que da dinero.⁹

2.2 Escuelas y corrientes del pensamiento emprendedor.

Si bien el emprendimiento no es una ciencia, su evolución teórica ha crecido, su estudio es interdisciplinario, hay diferentes escuelas de pensamiento que se basan en la naturaleza del concepto y los diferentes puntos de vista de la academia.

2.2.1 Escuelas del Pensamiento Emprendedor:

Donald Kuratko (2008), ha catalogado las escuelas dentro de dos puntos de vista, la visión macro del emprendimiento y la micro, la primera hace referencia a factores externos del proceso, entorno, y la segunda a los internos, características del emprendedor.

Dentro de la Macro, se encuentra la cultura, políticas económicas, políticas y sociales, además de la educación:

- El Entorno, Escuela de Pensamiento. Esta trata de cómo los factores del entorno afectan al emprendedor y a los procesos de emprendimiento, tanto positiva como negativamente; dentro de los factores que afectan el deseo de emprender están: instituciones, políticas, sociales, valores y familiares.

⁹ Ver: Varela. 2008. p. 128

- Financiera o capital, Escuela de Pensamiento: necesidades económicas y de inversión, creación de valor y logro de rentabilidad. El plan de negocios ayuda en este punto.
- El desplazamiento, Escuela de Pensamiento. Es un punto de vista negativo, los desplazamientos que sufre el individuo de una sociedad hacen que su deseo de éxito se convierta en iniciativas emprendedoras. Hay desplazamiento político, por políticas restrictivas. Desplazamiento cultural, por la religión, raza, sexo, minorías; esto ha sido muy importante para el emprendimiento social. El último es el desplazamiento económico, por pérdida de empleo, inconformismo, desempleo, desarrollo, crisis, pobreza y desarrollo.

En la Micro, hay gran cantidad de investigación, producto del deseo de entender características personales de emprendedores exitosos, las cuales han sido objeto de controversia.

Dentro de esta, están investigaciones psicológicas sobre la persona, el liderazgo, la gerencia, la creatividad, la innovación y el intraemprendimiento.

En los últimos años se han hecho más investigaciones sobre el emprendimiento que sobre el emprendedor, de estas vienen las siguientes escuelas:

- Oportunidad-riesgo, escuela de pensamiento. El estudio se enfoca en el manejo del riesgo y la oportunidad, búsqueda de ideas, creatividad y la implementación, muy enfocada en el mercado. La clave del emprendimiento es la habilidad para reconocer oportunidades, se dice que, desde los enfoques interdisciplinarios se desarrollará esta habilidad.
- La formulación estratégica, escuela de pensamiento. Para marcar la gran importancia que toma el concepto de estrategia en todos los procesos empresariales el autor cita a George Stainer, “strategic planning is inextricable interwoven into the entire fabric of management; it is not something separate and distinct from the process of management” (Kuratko,

2008) resaltando además que, por medio de la planeación estratégica se pueden lograr oportunidades exitosas de emprendimiento.¹⁰

Con el tema de los mitos y las escuelas de pensamiento sobre las cuales se está estudiando al emprendimiento se puede ver que cada vez son más las ciencias que intervienen, que entre más se estudia más se entiende que este debe ser tratado desde la interdisciplinariedad y que, desde cualquier campo de estudio lo más importante es rescatar los aportes que contribuyen a la creación de empresas innovadoras y perdurables.

Es necesario entender que el emprendimiento va más allá de la apertura de un negocio o la creación de una empresa, es necesario estudiar lo poco o mucho de su teoría para poder así, en algún momento aportar algo nuevo.

Al introducirse en el mundo teórico y conceptual del emprendimiento, se encuentra con un mundo amplio de autores y escritos, con una serie de concepciones erradas que pueden predisponer las iniciativas o no, y con varios factores que influyen el proceso que van más allá de las ciencias administrativas.

Al tomar estos factores en cuenta, la intención es que el proceso de emprendimiento tenga una mayor calidad y mejores resultados, tanto como para las personas que inician como para todas aquellas que se verán influenciadas en el entorno.

Con los contenidos anteriormente tratados quedan dos grandes temas por tratar, uno sería el proceso de emprendimiento visto desde un punto amplio y complejo, que abarca más que una metodología para poner en marcha una idea de negocio, y el otro es la cultura, que afecta según la que sea al emprendedor, el proceso de emprendimiento y al entorno.

¹⁰ Tomado de Kuratko. Entrepreneurship: Theory, Process and practice. 2008. Capitulo 1

2.3 El proceso

El proceso depende de la persona que va a emprender, es decir, según la motivación, los conocimientos, las oportunidades, los recursos, el manejo del riesgo, la gerencia del proyecto y la ejecución.

Dada la compleja subjetividad a la que pueden estar sujetos los procesos de emprendimiento, la academia ha venido observado un proceso que en general siguen todos los emprendimientos exitosos, deliberadamente o no, teniendo en cuenta todos los factores que pueden determinar el logro de este.

En primer lugar se habla de la motivación, hay varias razones por las cuales una persona, un grupo de personas o una organización toman la decisión del emprendimiento, para una persona puede ser por enseñanza familiar, influencia académica, búsqueda de ingresos, desempleo, deseo de logro, aburrimiento de ser empleado, ver la oportunidad, innovación, de la misma manera el grupo, o en una organización por otros motivos como investigación y desarrollo, oportunidades en el mercado, crecimiento o necesidades económicas.

Las motivaciones pueden ser infinitas y pueden ser diferentes según la personalidad del emprendedor, las características del entorno, el momento actual de la persona, el lugar de residencia, por desplazamiento o visión, entre otras, pero para el logro todos deben evaluar varios aspectos en común, así todos los hagan de diferente o en diferente tiempo, realizaran un proceso que permitía el éxito.

Varios autores han escrito sobre el tema, a continuación se expondrán lo que han expuesto sobre el proceso algunos académicos.

Albert Shapero (citado en Varela, 2008, p. 169), “el proceso de formación de empresas ocurre en todos los países. Pero cada proceso es el resultado final de una acción humana muy especial y del comienzo de otra. Pero aun dentro de esa diversidad existen patrones y características generales del proceso, que aunque multivariado y complejo, también es reconocible y descriptible; pero no es posible manipularlo en formas simples, pues en este intervienen muchas variables”

Shapero separa al proceso de emprendimiento, desde una visión de la creación de empresas, dentro de variables dependientes e independientes, la dependiente será el “*evento empresarial*” que es el resultado que depende del individuo, el grupo empresarial y los factores del entorno que afecten el proceso de creación de empresa.

Según Shapero, el proceso va: 1. La toma de iniciativa, identificar y llevar a cabo la oportunidad de crear empresa. 2. Acumulación de recursos, determinar necesidades, conseguir y asignar recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos. 3. Administración, organización y dirección, gerencia para la nueva empresa. 4. Autonomía relativa, libertad del empresario para tomar decisiones sobre la organización. 5. Toma de riesgos, responsabilidad sobre utilidad o pérdida de la empresa.

Las anteriores son también las características que tiene un emprendedor para que el proceso de creación de empresa sea exitoso. (Varela. 2008. p. 169)

Dependiendo de la ciencia desde donde se estudie, las diferencias serán más marcadas al resaltar más una parte del proceso que a las demás, por ejemplo, David McClelland se enfocó en la motivación y el “deseo de logro” que desde las ciencias sociales el emprendimiento se produce más por estas razones que por las de tipo de rendimientos económicos.

El hombre de empresa no realiza su actividad económica simplemente por el afán de lograr resultados monetarios; hay un componente motivacional mucho

más fuerte que es *el deseo de logro*, de hacer un buen trabajo. La utilidad es simplemente una medida de lo bien que el trabajo está haciéndose y no el fin en sí mismo. (McClelland, citado en Varela, 2008, p. 173)

Según esto, las personas que tienen una motivación al logro en su estructura de pensamiento, también tienen una secuencia lógica para hacer que las cosas se logren y entonces, debe ser para estos más fácil llevar a cabo procesos de emprendimiento; dentro del proceso emprendedor, sería la motivación al logro, mas importante que descubrir oportunidades, porque estas siempre van a estar en el entorno y según las condiciones, solo hay que descubrirlas.

La motivación varía según la raza, la religión, el país, la profesión y educación. Hay lugares en donde la cultura de las personas tiene una mayor motivación al logro, lo que hace que los procesos de emprendimiento sean más exitosos, dejando de lado, las razones de recursos y resaltando el desarrollo económico de los países producto de los resultados de sus acciones.

En Canadá, Australia y Estados Unidos, hay una mayor motivación al logro que en América Latina y, esto se explica desde la historia de su colonización que fue hecha por países y grupos sociales con niveles de educación más altos y también, con deseos de logro más altos. (Varela. 2008. p. 175)

Robert Ronstadt (citado en Varela, 2008, p. 179), con un planteamiento más de las ciencias administrativas, define el proceso como: “Se entiende el proceso empresarial como un proceso dinámico, que ocurre sobre diversos periodos, que envuelve pensamientos y acciones, que se ve influenciado y definido por varios eventos y no solo por un golpe de suerte, que implica más que el simple inicio de una empresa; es, pues, un proceso en el cual el papel del empresario está permanentemente modificándose”.

En ello no se habla de la motivación directamente, como el enfoque es más administrativo, se habla de identificar factores relevantes en la empresa, el

empresario y el entorno, para luego ser evaluados. Lo que se resalta en este punto, es que el proceso de creación de empresa no es solamente la apertura, también hay que pensar como se mantendrá y como crecerá. (Varela. 2008. p. 181)

Entonces el emprendedor no solo deberá tener la motivación para crear la empresa, sino también para sostenerla y hacerla crecer con el tiempo. Vemos que, por más variaciones de uno a otro, el proceso de emprendimiento es de largo alcance en el tiempo.

Pasando a modelos más completos, Jeffrey Timmons (tomado de Varela, 2008), en el proceso de emprendimiento se relacionan las variables de oportunidad, recursos y equipo empresarial, como un funcionamiento integral, conectado también con, el plan de empresa, la creatividad, incertidumbre, el líder, el dinero y fuerzas exógenas.

Según Timmons, el proceso de emprendimiento es dinámico e integral, se inicia con la detección de una oportunidad (siendo esta más importante que los recursos), el desarrollo de un plan empresa, con este se deben evaluar todos los aspectos que la idea necesita para ser desarrollada, con ello se manifiestan los recursos que serán ineludibles, luego viene el líder, que será la persona responsable de administrar esos recursos por medio de un equipo empresarial, será también el equilibrio y la fuerza, de aquí depende la ejecución del proyecto, que a su vez debe ser creativo ante la incertidumbre, con un enfoque de creación de valor y duradero. El plan de empresa es la herramienta central de comunicación de todo el sistema. (Adaptado de Varela. 2008. p. 185).

El profesor Rodrigo Varela en el Centro de desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad ICESI en Cali, también ha desarrollado su modelo, basado en los autores anteriormente nombrados y otras teorías sobre el emprendimiento.

Este tiene 6 etapas: La primera es la motivacional, que tiene en cuenta el gusto y la decisión de la persona, además de los factores que la afectan, como la educación, la cultura, la sociedad, el ambiente y en general, el entorno en donde se ha desarrollado el emprendedor. La segunda es la situacional o identificación de la oportunidad, observación, percepción, investigación y estudio del entorno, debe ser creativa e innovadora. La tercera es la decisión, que es asumir la responsabilidad para desarrollar la idea. La cuarta es la analítica o plan de empresa, plan de empresa integral con metas, objetivos y estrategias para el logro. La quinta son los recursos, conseguir y planear su administración. La última es la gestión, es el nacimiento de la empresa, el inicio de todas las operaciones, la ejecución del plan estratégico y la revisión para garantizar la supervivencia y crecimiento.¹¹ (Varela, 2008)

Para complementar la idea que el proceso de emprendimiento no es solo hacer un plan de empresa, concluiremos nombrando el proceso de emprendimiento que plantea Michael Morris 1998.

Lo primero es identificar la oportunidad, lo segundo es desarrollar el concepto, que sea creativa e innovadora, lo tercero es determinar qué recursos son requeridos, se necesita un plan de empresa, lo cuarto es adquirir los recursos necesarios, el quinto es implementar el concepto y gerenciar la operación, abrir la empresa y el sexto es, cosechar el éxito, recoger las utilidades proyectadas, es importante tener en cuenta la posibilidad de salir de la empresa, sea por venta, liquidación, franquicia, administración pero que el emprendedor contemple en una forma de salir de su emprendimiento si así lo quiere. (Morris, 1998, capítulo 3)

¹¹ Ver mas en: Varela. 2008. p. 192

Capítulo 3. La cultura desde la antropología cultural y emprendimiento.

El emprendimiento es un tema de estudio por varias ciencias, como ya se ha mencionado anteriormente, no es un tema exclusivo de las empresariales o económicas, la psicología ha hecho estudios sobre las características de la persona, especialmente en temas motivacionales y de actitud, las sociales, hacen un análisis histórico y de interacción social, tanto a la persona que ejecuta la acción como a las empresas.

Tal vez, el mejor argumento que explica que varias ciencias estudien al fenómeno del emprendimiento lo plantea la Facultad de Administración de La Universidad del Rosario en Colombia, dado que el enfoque del Centro de Emprendimiento está orientado a la Perdurabilidad Empresarial, desde un sistema de atención integral para cumplir con el propósito de “formar emprendedores y crear proyectos y empresas capaces de generar valor, cambio y transformaciones a la comunidad.” (Ávila. 2010. p. 2. Aún no publicado)

En Centro de Emprendimiento está en construcción y cuenta con cinco componentes para la ejecución, Centro para el Desarrollo de Competencias Emprendedoras, Centro para la Concepción del Proyecto Emprendedor, Laboratorio de Simulación, Moldeamiento y Prototipo Empresarial, Vivero de Empresas y el Centro Acelerador de Empresas. En todos hay un compromiso con la innovación. (Ávila. 2010. p. 2. Aún no publicado)

Como la Facultad de Administración desea comprender la administración y la organización desde las ciencias de complejidad, cuenta con un equipo

interdisciplinario, que tiene abogados, médicos, físicos, sociólogos, biólogos, ingenieros, economistas, psicólogos, filósofos, matemáticos y administradores.

Desde los cuales, se podría desarrollar la propuesta de este trabajo de grado, claro, también con Antropólogos que estudien la cultura de determinada sociedad, de manera evolutiva, dictaminando hasta qué punto esta sea sujeta de cambios y trascender en la aéreas empresariales, en conjunto.

Ahora, entendiendo que el fenómeno del emprendimiento empresarial, se estudia desde las ciencias administrativas y organizacionales, se sobre entiende que su estudio desde la complejidad también debe ser de carácter interdisciplinario y como el que ejecuta la acción emprendedora es una persona, la ciencias sociales juegan un papel muy importante, en especial, los condicionamiento que la cultura le sobreponen a una sociedad y esta a la persona.

Cuando se hablaba del proceso emprendedor varios autores coincidían en varias etapas de análisis, en donde, la primera es la motivación a tomar la decisión de emprender de la persona y luego si un proceso más de desarrollo empresarial y administrativo, desde la idea u oportunidad vista.

Todo el proceso depende de dos factores que van más allá de las ciencias económicas y empresariales, el primero es la persona con sus características de actitudes y de aptitudes, propias de su psicología y su educación, y la segunda, la cultura que tienen estas personas, que van estar condicionadas por ella o libres de condicionamiento para poder desarrollar los proceso emprendedores bajo los parámetros ideales de competitividad e innovación, y logrando así la perdurabilidad.

3.1 Concepto de cultura

Esencialmente el concepto de cultura que se maneja es el de la Antropología Cultural, que ya se explicara, dado que en la administración y más específicamente en la organización, el concepto que se maneja es el de cultura organizacional y es muy diferente al que en este punto del emprendimiento se emplea.

En breve el concepto de cultura en antropología se basa en que, la cultura se aprende, se comparte, hay una especialización cultural, hay subculturas, la hay real e ideal, está sujeta a las normas, a la conducta, a la integración, a los cambios, a la innovación y al dinamismo. (Nanda, 1987)

Gracias a la interacción con las personas, se transmiten conocimientos y diversos tipos de cultura, al igual que se necesita de la convivencia de otras personas para sobrevivir y aprender. Se crean entonces diversas clases de subculturas con determinada religión, ocupación, forma de vestir, educación, clase social y estilos de vida diversos, con significado de importancia de las cosas diferente, el sentido de la familia de la economía, del trabajo. “Cada cultura permite cierta variación en la conducta” (Nanda, 1987). Para los antropólogos la cultura es un sistema de normas ideales que demarca los límites de su conducta (Nanda. 1987. p. 43) y con que el hombre se relaciona con el medio ambiente.

La cultura también en un sistema cambiante dependiente de la innovación y difusión, la innovación trae modificaciones de hábitos de pensamiento y acciones nuevas que logran la aceptación y el aprendizaje dentro de una sociedad. En la difusión, el hombre toma la esencia de las acciones o hechos creados para unirlos y probablemente cambiarlos o realizarle variaciones. Todo el cambio cultural está dado por la interacción de estímulos del medio ambiente, ideología, tecnología y relaciones sociales, y estos cambios a la vez pueden traer resultados positivos o negativos para la sociedad. (Nanda. 1987. p. 51)

3.2 La Antropología Cultural y el Emprendimiento.

La relación entre el emprendimiento empresarial y la antropología cultural, se va a enfocar en el concepto de cultura y su influencia sobre las personas, por ende, la influencia que pueda tener sobre las acciones que emprenden las personas, más específicamente en los procesos de creación de empresas.

Dentro de la bibliografía consultada para los propósitos de esta investigación, solo se encontró un texto donde se habla específicamente de la cultura, desde el punto de vista antropológico, en relación con el emprendimiento.

Para responder a la pregunta de ¿cómo entender el emprendimiento? , se debe comprender al emprendimiento como “un fenómeno práctico, sencillo y complejo, que los empresarios experimentan directamente en sus actividades y funciones; como un acto de superación y mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad” (Rodríguez, 2008, p. 95), esto desde un punto de vista interdisciplinario.

Rodríguez, hablando del concepto de emprendimiento, de su evolución, de las áreas del conocimiento del emprendimiento y por último, de su propuesta de “perspectivas sobre el emprendimiento”, explica la razón por la cual se debe estudiar la cultura de una sociedad para entender los procesos de emprendimiento y el significado de su concepto, dado que al ser un fenómeno complejo, puede variar su significado al cambiar de lugar.

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno colombiano y latinoamericano; de aquí se desprende que la concepción colombiana y latinoamericana del emprendimiento sea diferente de otras latitudes, donde las concepciones culturales y económicas influyen mucho el fenómeno emprendedor. Por ello, hay que estudiar el fenómeno emprendedor Colombiano para entender que características culturales y

económicas influyen tanto en la creación de nuevas empresas tanto en el crecimiento de las que ya existen. (Rodríguez, 2008, p. 102).

Cuando se habla del concepto del emprendimiento ya se había manifestado la característica de interdisciplinariedad del emprendimiento y de cómo pueden variar los procesos de emprendimiento y sus resultados, según el lugar y la cultura donde se desarrollen, con la anterior cita se explica la razón por la cual, específicamente para el caso de un país como Colombia, para entender el fenómeno del emprendimiento primero se debe entender su cultura.

Si lo que se desea es comparar es el estado actual del emprendimiento en los diferentes países, hay una entidad que se dedica a ello y es muy importante en el tema de emprendimiento, dado que hace un análisis bajo los mismos parámetros a nivel mundial, Global Entrepreneurship Monitor [GEM] razón por la cual se profundizara el tema más adelante pero, si se necesita información objetiva y de una entidad internacional respetada que proporcione información específica sobre la cultura en un país o en una ciudad, difícilmente se encontrara algo similar.

Esta información específica sobre la cultura de una ciudad o país, se convierte en una necesidad insatisfecha y en la oportunidad de crear una empresa dedicada a ello, sería interesante que alguna persona o institución realizara los estudios de rentabilidad y factibilidad, para hacer el proceso de emprendimiento.

Las oportunidades y necesidades para fomentar los proceso de emprendimiento se pueden encontrar en cualquier área, es por ello que la interdisciplinaridad le puede dar un desarrollo sin límites a la creación de empresas, más aún cuando se entiende la cultura de donde surgen.

Con diferentes motivaciones, Rodríguez (2008), plantea las diferentes perspectivas encontradas para entender al emprendimiento, desde las cuales, basara su propuesta de nuevas perspectivas.

Desde el punto de vista del estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: la comportamental, la psicológica (cognitiva), la económica y la de procesos (Fonrouge, 2002, citado en Rodríguez, 2008). Esta clasificación se caracteriza por el énfasis en los aspectos estratégicos, beneficiándose de los avances recientes en el campo de la estrategia (Mintzberg et al., 1999, citados en Rodríguez, 2008, p. 102)

Con la perspectiva de comportamiento, se refiere a la influencia de la persona donde la idea es, identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso. La cognitiva, analiza el comportamiento del emprendedor, los lineamientos de personalidad con el control, el riesgo y los deseos de independencia, además de, el lugar de los hechos. La económica, plantea al emprendimiento como motor del desarrollo económico. Y la perspectiva de procesos, en donde todos estos dependen del individuo y su percepción de oportunidades de creación de empresas. (Rodríguez. 2009. p. 103)

Nuevamente estas perspectivas, funcionan como argumento de tomar al emprendimiento desde un punto de vista inter y transdisciplinario, como un fenómeno complejo, no solamente desde el ver una oportunidad, las características del individuo y su efectividad para transformarla en una empresa.

Ahora, dentro de las propuestas de perspectivas sobre el emprendimiento, que plantea Rodríguez (2008), se encuentra la “perspectiva cultural”, y junto con el concepto de cultura desde la antropología cultural, serán las bases de la relación de cultura con el emprendimiento para más adelante concluir con la propuesta de este trabajo de grado.

Dentro de la perspectiva cultural, se toman puntos de vista de la antropología, en donde, decidir es transformar una voluntad humana en acto; es el elemento intermediario entre el pensamiento y la acción, es el momento al acto emprendedor propiamente dicho, decidir son elecciones de manera constante, es la forma como se obra y se actualiza la opción emprendedora. (Aktouf, 2009,

citado en Rodríguez. 2009. p. 106) Claramente este es el punto de partida de cualquier actividad emprendedora y además, es determinante durante todo el resto del emprendimiento.

Esta toma de decisiones obedece al manejo del riesgo y el grado de incertidumbre que tenga la iniciativa, la idea es que esta, sea la que permita aprovechar alguna oportunidad que se presente en el entorno, en base a la capacidad creativa e innovadora para elaborar, mejorar y transformar bienes y servicios. (Rodríguez, 2008).

Es este contexto, las decisiones desde lo antropológico, son producto de los imaginarios, representaciones o mentalidades, sobre la forma de concebir las oportunidades de innovación, de creación y de negocio.” (Rodríguez, 2008, p. 107)

Con ello ya se introduce otra variable de gran importancia para entender al emprendimiento y su relación con la cultura, la mentalidad, dado que la cultura y la persona la crean, desde esta cualquier proceso emprendedor que inicie una persona va a estar condicionado y dependiente, ello puede que facilite u obstruya el éxito de la iniciativa.

Según Mucchielli (citado en Rodríguez. 2009. p. 107) Cuando se tiene un punto de referencia o una representación mental, permitirá percibir las cosas de diversas maneras, basado también en la experiencia que las personas adquieren según el entorno social que marcan su comportamiento y la toma de decisiones. Entonces se puede estudiar también la mentalidad empresarial analizando las ideas, entorno y estrategias de determinada organización.

La mentalidad es construida por la educación, experiencias de vida e interacción social con determinados grupos, dado que, desde estos los hábitos de comportamiento son similares y se reflejan en la cotidianidad. Esta es construida a lo largo de toda la vida, de las acciones, de la forma de relacionarse, de las ideologías, de la imaginación, de las creencias, de los principios, de los valores y,

de la evolución y transformaciones que tenga el pensamiento a través del tiempo. (Rodríguez, 2008, p. 107). Concepto muy similar a las características de la cultura desde la antropología.

Como la mentalidad varia en los diferentes grupos sociales y esta influye en las diferencias que tienen las personas, estas pueden marcar en mayor medida el proceso de emprendimiento, dado que la toma de decisiones va estar condicionada según los esquemas mentales.

En consecuencia, de la cultura, de la mentalidad de los empresarios, se puede inferir el tipo de empresas y la forma de administrarlas, es por ello, que el objetivo de la política de emprendimiento y del GEM Colombia, van es a la creación o transformación de una cultura, la de creación de empresas, para que desde este punto, se logren solucionar las falencias que tiene el país en el tema.

La perspectiva cultural definitivamente estudia a la persona que ejecuta la iniciativa emprendedora.

Se habla de un paradigma antropológico que “se expresa por lo motivos trascendentes, que son los resultados de la influencia de personas diferentes a la que ejecuta la acción, perseguidos explícitamente por el valor de dichas consecuencias para aquellas otras personas que reciben la acción. La toma de decisiones como acción trascendente” (Aktouf, 2001, citado en Rodríguez, 2008, p. 109), en donde para Rodríguez, esta se constituye en la manifestación más autentica de la mentalidad de emprendimiento empresarial en la que el gerente delega funciones y autoridad para que se cumpla la opción o acción seleccionada. Rodríguez (2008).

Para explicar la mentalidad empresarial, se dice que la motivación de las personas es causada por tres tipos de fuerzas, de las cuales, dos de ellas dependen de las propiedades del entorno, extrínseca y trascendente, en donde, estas dos tienen una interdependencia con el entorno que entre mayor sea su influencia del entorno

sobre la persona, será extrínseca y entre menor sea, será trascendente. (Pérez, 1997. Tomado de Rodríguez. 2009. p. 108)

En este punto, el objeto de análisis no es únicamente la persona y lo que bajo su motivación logre hacer, ya depende del entorno y el grado de influencia que este ejerza sobre él.

Según esto, las decisiones que tomen los empresarios van estar influenciadas por el entorno y además, van a tener que tener en cuenta al mismo, a ello es lo que denominan “motivaciones trascendentes”.

El paradigma antropológico, supone en general que, el comportamiento de las personas en conjunto, y sus representaciones colectivas, es motivado por causas trascendentes, la toma de decisiones tiene en cuenta que puede afectar a las demás personas del entorno y que, se fortalece con la identidad, el liderazgo, y la diferenciación en la relación con su entorno o medio ambiente, durante el acto de emprendimiento. (Rodríguez. 2009. p. 109).

En consecuencia, lo que explica el emprendimiento humano dentro del paradigma antropológico son los motivos trascendentes, que son consecuencias de la toma de decisiones que afectan a personas diferentes a la que ejecuta la acción, quien mediante manifestaciones simbólicas como valores, principios y creencias generan fenómenos de diferenciación e identifican en aquellas personas que reciben la acción, es decir, generan un ambiente humano propicio para el establecimiento del emprendimiento o mentalidad empresarial.” (Rodríguez, 2008, p. 108)

Desde el paradigma antropológico, un ambiente humano propicio para el establecimiento del emprendimiento se da mediante las motivaciones trascendentes.

Según esto, el emprendimiento tendrá sentido para entorno en la medida en que este lo afecte, es decir, su alcance sea mayor a la persona que ejecuta la acción

de la creación de empresas y claro, que este debe ser positivo, contribuyendo al desarrollo económico del país y a la reducción de la pobreza.

Con este punto de vista, el emprendimiento toma una razón social, más allá de los beneficios que le pueda traer al individuo emprendedor, esta debe trascender a las demás personas.

Indirectamente todas las iniciativas de creación de empresa, que sean legales, tiene externalidades positivas para el entorno, es decir, todos los emprendimientos son de carácter social así, el propósito del emprendedor no sea ese.

El paradigma antropológico de la un sentido mucho más amplio al emprendimiento, en donde, todos los individuos de una sociedad pueden interactuar, sin importar si su objetivo no es el lucro personal, con ello, la solución a la pobreza y al hambre que se plantea en el primer capítulo del trabajo sería más completa, de un utilitarismo menos monetario y un desarrollo sostenible, enriquecedor y formador.

Se cumpliría los propósitos de la política de emprendimiento que ha creado Colombia, ya que, contribuiría a la formación de mejores personas para la sociedad y además, al desarrollo económico del país, reducción de la pobreza y la violencia, todo en cadena sistémica.

4. Emprendimiento, visión pragmática y actual

El organismo competitivo y de más amplio alcance mundial, que reporta la actividad global en materia de emprendimiento, sea por medición, informes continuos, calidad en los contenidos y pertinente a esta investigación, es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

La mejor fuente de información, reciente y objetiva, para los análisis sobre el estado del emprendimiento salen de los informes GEM global o por países, luego si vienen fuentes de los gobiernos, instituciones académicas y otras organizaciones que tengan que ver con el tema.

4.1 Global Entrepreneurship Monitor

GEM es una organización académica sin ánimo de lucro, que tiene un programa de investigación anual sobre la actividad empresarial en el mundo por países, es formada por consorcios entre instituciones académicas dentro de los países miembros. Al año 2010 ya son 56 países, inicialmente eran unos pocos países desarrollados.

Bajo un mismo modelo, los diferentes países a través de sus consorcios, miden al mismo tiempo unas mismas variables de la actividad empresarial y el desarrollo socio-económico¹²(GEM).

El modelo tiene tres puntos principales de utilidad: medir las diferencias en el nivel de actividad empresarial entre países, descubrir los factores que determinan los niveles de actividad empresarial e identificar políticas que puedan mejorar el nivel

¹² Ver en : http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=ab_what_gem_is

de la actividad empresarial. Estos son a gran escala sus objetivos centrales. (Varela. 2008. p. 94)

El proyecto GEM surge de una iniciativa del Babson College y la London Business School, en 1999, en temas de competitividad y estado actual empresarial, es la única fuente de datos comparables que hay en el mundo.

Su investigación está dedicada a entender la relación que hay entre el desarrollo económico nacional con el emprendimiento, el crecimiento y la competitividad; para mide la actividad empresarial con las *nuevas empresas* y las *empresas ya establecidas*.

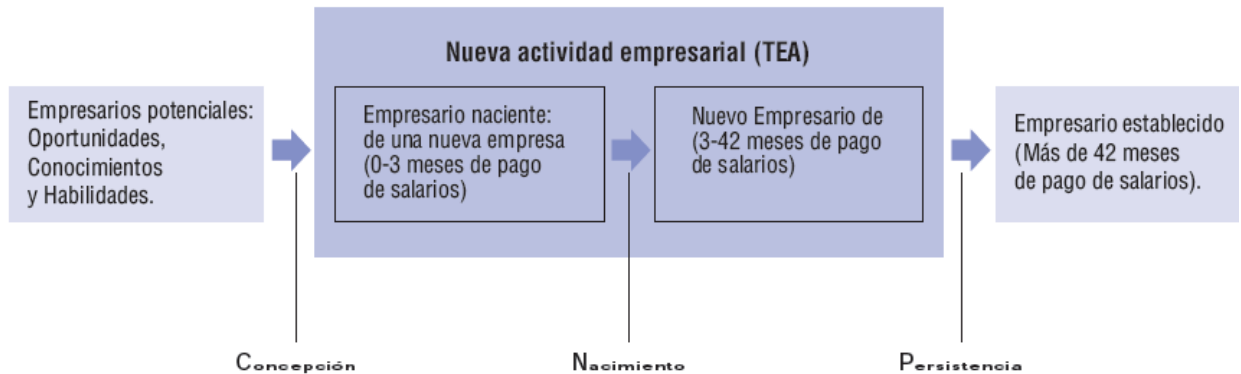
El modelo ha categorizado a los 56 países miembros, bajo las propuestas de competitividad de Michael Porter, que lo que es clasificar a los países en base a los factores que impulsan su desarrollo económico:

Economías Impulsadas por los Factores (EIF), los proceso de extracción de materias primas son la principal fuente de exportaciones y materia prima, Economías Impulsadas por la Eficiencia (EIE), en el cual hay intensidad en la producción y logro de economías de escala como fuente principal de generación riqueza y de exportaciones, Economías Impulsadas por la Innovación (EII), en donde el primer factor de generación de riqueza y de exportaciones, son la producción de bienes y servicios y únicos, creados a través de grandes innovaciones, que por lo general, son pioneras del mercado. (Michael Porter, citado en el informe GEM Colombia 2009)

Uno de los más pertinentes de este informe, para esta investigación es que, el modelo se preocupa por estudiar a la persona que desarrolla las actividades y no tanto por la empresa. Para ello tiene tres etapas de análisis: El empresario en potencia, el empresario naciente, el nuevo empresario o empresario en desarrollo y el empresario establecido.

Ilustración 3 Concepto GEM

Definición Conceptual del estudio GEM



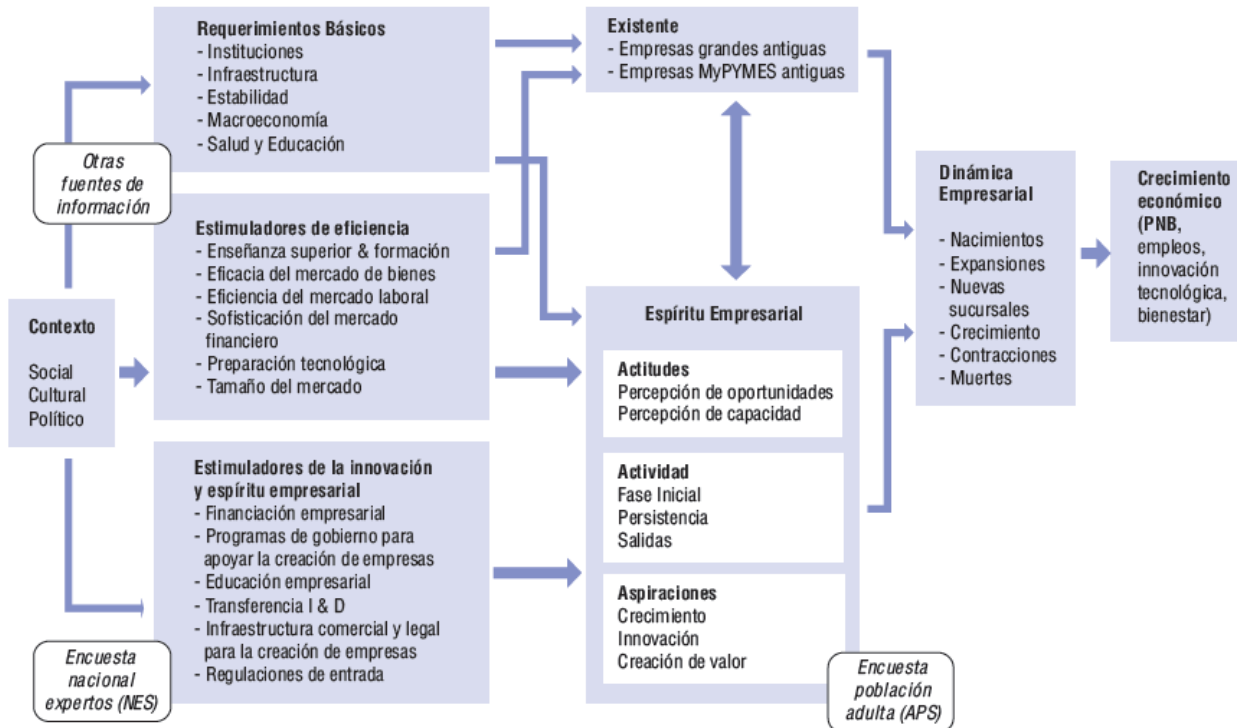
Tomado del Informe GEM Colombia 2009. p. 12

De las dos últimas etapas es de donde nace el indicador TAE (Total Entrepreneurial Activity), tasa total de las nuevas actividades empresariales.

Otro punto importante es la relación de la actividad empresarial con el desarrollo económico nacional, y es porque esta es de doble, ambos tienen influencia mutua. Lo ideal es que el desarrollo económico sea positivo para que mejore el ambiente de negocios y así, la nueva actividad empresarial genere mayor crecimiento.

Ilustración 4 Modelo GEM

Modelo GEM



Tomado de Informe GEM Colombia 2009. p. 13

Más allá de entrar a explicar el modelo GEM, lo que es pertinente resaltar, es que se necesita todo un ambiente que proporcione el clima para la creación de nuevas empresas y con las características deseadas para que promuevan el crecimiento de la economía; este es un trabajo de todo el entorno, no solo de aspectos políticos o gubernamentales, el estado completo es el que debe propiciar la favorabilidad al emprendimiento.

Sobre esto, el modelo entra a estudiar y a comparar diversas variables relacionadas con tres aspectos necesarios para que se dé el emprendimiento generador de valor: Actitudes empresariales, creencias y valores, de las personas y de la sociedad, percepciones sobre las competencias y sobre las habilidades. Actividad empresarial, volumen de personas que generan esa nueva actividad

empresarial y las razones por las cuales lo hacen. Y aspiraciones empresariales, objetivos de los empresarios.

Siempre teniendo en cuanto al entorno que da esta situación y por lo general es responsabilidad del gobierno promoverlo para que se den las condiciones deseables y lograr así, el desarrollo o el crecimiento.

El informe GEM 2009, se enfoco en estudiar la crisis económica mundial y en cómo afecta esta la actividad emprendedora, el emprendimiento social y en general, las percepciones y aspiraciones del emprendimiento.

La actividad emprendedora se ve afectada por la crisis mundial, no han habido cambios significativos en el posicionamiento de los países o en los problemas a resolver, solo una tercera parte de los países mostró una tendencia al crecimiento en sus indicadores.

Con respecto a una de las grandes preocupaciones del grupo de los países impulsados por la innovación, la generación de empleos, de las nuevas empresas el 70% habla de creación de empleos y solo el 14% de estas, tienen como expectativas crear al menos 20 empleos.

Esto se debe, según el informe, a dos razones, los países que tienen mejores políticas en ayuda al desempleado también tienen menores expectativas de creación de nuevos empleos y además, puede ser que la opción de ser empleado en una empresa es más rentable que crear su propia empresa.

Otro aspecto nuevo presentado por este informe, es el ambiente pesimista que en general se respira en el mundo producto de los problemas económicos, que afecta los deseos de crear nuevas empresas y también, aumenta la percepción de dificultad para lograrlo.

El porcentaje de emprendedores que dijo haber visto oportunidades para crear nuevas empresas en medio de la crisis económica mundial es pequeño y esta es otra característica similar en todos los países estudiados.

Las personas dispuestas a invertir y el capital de riesgo usado para la iniciativas emprendedoras a caído en Estados Unidos y Europa, en un 39%, y solo China tiene muestras de crecimiento sobre estos ítems.

Con respecto al emprendimiento social el informe muestra, que los emprendimientos sociales están encabezados por una población joven y de mayoría masculina, las aéreas han sido en educación, salud, cultura, desarrollo económico y ambiente. (Adaptado de Informe GEM 2009)

En general el informe habla que se han reducido en el mundo la cantidad de personas con interés en crear empresa, la TEA ha disminuido, a medida que el nivel de desarrollo económico aumenta son menos los interesados en emprender, la proporción de empresario por necesidad se disminuye en las economías por innovación.

4.2 Informe GEM Colombia 2009

El consocio GEM Colombia está conformado por cuatro Universidades, ICESI, Javeriana Cali, del Norte y los Andes, por sus respectivas aéreas o centros de emprendimiento.

Para el informe del 2009 la responsable de la coordinación fue la Universidad ICESI de Cali, a través de Rodrigo Varela Phd el director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial, quien además es un experto en la materia y desde hace 25 anos es pionero en el estudio del “*espíritu empresarial*” (Entrepreneurship) en Colombia.

En la presentación de este informe Varela destaca la importancia de promover políticas que favorezcan, tanto a las empresas existentes de un país, como para las futuras empresas o nuevos emprendimientos¹³.

Recordando que la variable central del estudio del modelo GEM es la TEA, que es la medición de la Tasa de Nueva Actividad Empresarial, la cual, mide el porcentaje de personas (colombianos) entre los 18 y los 64 años que están activamente involucrados en los procesos de una nueva actividad empresarial y que las cubre hasta los 42 meses de edad de la actividad. Los empresarios nacientes son aquellos que están hasta los primeros 3 meses de pagar sueldos y los nuevos empresarios son los que están entre los 3 y hasta 42 meses de pagar sueldos.¹⁴

El informe resalta que en los países impulsados por factores, Uganda es el más pobre con un TEA del 34% y con una proporción de empresarios por necesidad del 45% y con una tasa de salida del 20%. Arabia Saudita es el país más rico del grupo con una TEA del 4,7% y una proporción de empresario por necesidad del 12%.

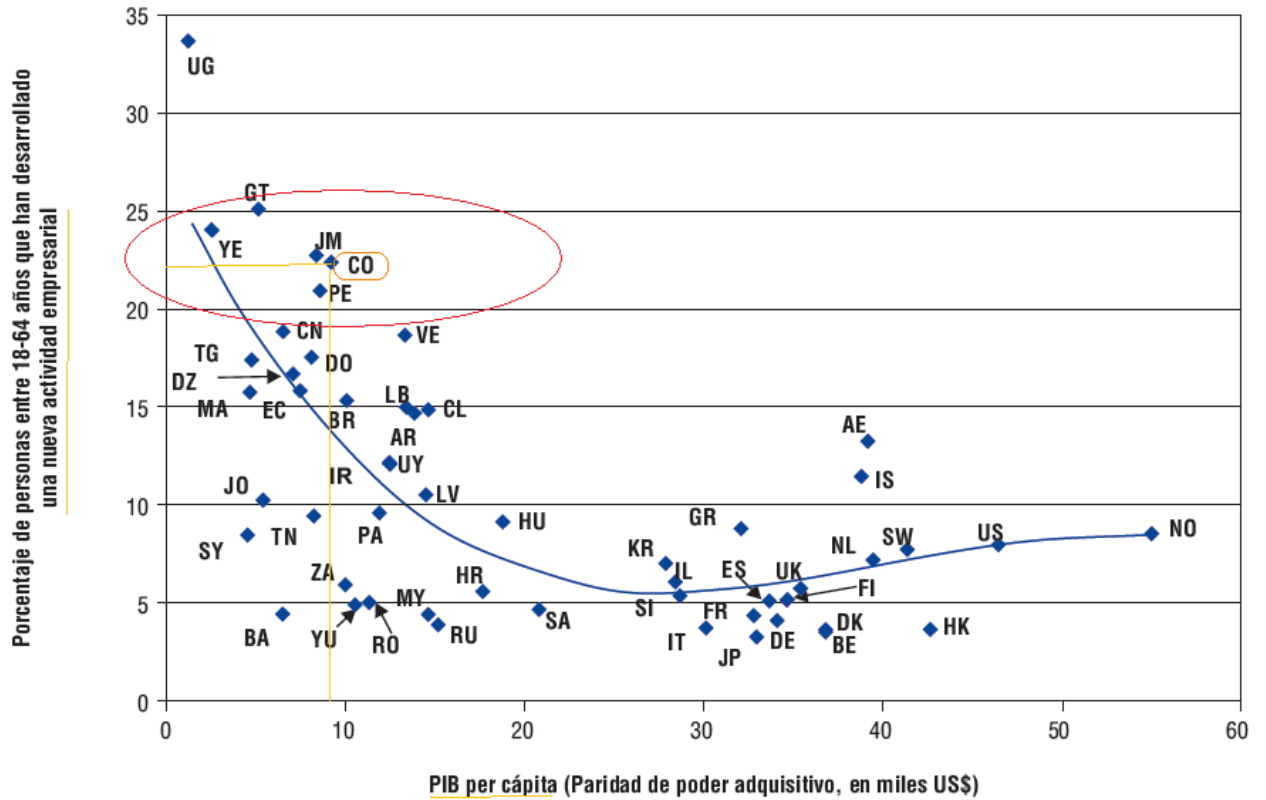
Para los países impulsados por eficiencia, Colombia tiene la tasa más alta con una TEA del 22,4% y luego esta Perú con el 20.9%. Colombia sigue siendo uno de los países donde más se reporta nueva actividad empresarial anualmente en el mundo.

¹³ <http://www.vimeo.com/12832890> más información en el video del lanzamiento del informe GEM Colombia 2009.

¹⁴ Informe GEM Colombia 2009. p. 29

Tabla 1TEA-PIB GEM 2009

Nivel total de nueva actividad empresarial y producto interno bruto, GEM, 2009.



Adaptado de Informe GEM Colombia 2009. p. 19

Una de las características de los países con las tasas más altas TEA es que, el nivel del PIB per cápita es muy inferior, esto lo explican porque como hay mayor desempleo hay un gran número de personas que ingresan a las actividades empresariales por auto empleo o por necesidad.

Para las economías impulsadas por la innovación, con un PIB per cápita mucho mayor, la nueva actividad empresarial es menor, dado que, las motivaciones de las personas a la iniciativa emprendedora, se reducen cuando hay la posibilidad de conseguir empleos donde obtengan mayor dinero arriesgando menos.

Como ya se dijo, la TEA para Colombia en el 2009 fue de 22.4%, la cual, está compuesta en un 14.98% por empresarios nacientes y en un 7.98 por nuevos

empresarios. La razón de la diferencia con el total es porque, según el informe, cuando se hizo la entrevista algunas personas pasaron por ambos campos. El 12.61% tiene empresas establecidas, es decir, de más de 42 meses pagando sueldos.

Colombia ocupa el cuarto lugar en empresarios nacientes, la décimo primera proporción de nuevos empresarios y la quinta posición en el total de nueva actividad empresarial. En todos estos indicadores está por encima del promedio mundial, de América Latina y del grupo de economías impulsadas por eficiencia.

Aparentemente esta es una excelente noticia, como lo ha sido en todos los 4 informes en lo que ha participado Colombia pero, esto debe analizarse mejor porque tiene varias razones de fondo que tal vez no son tan positivas.

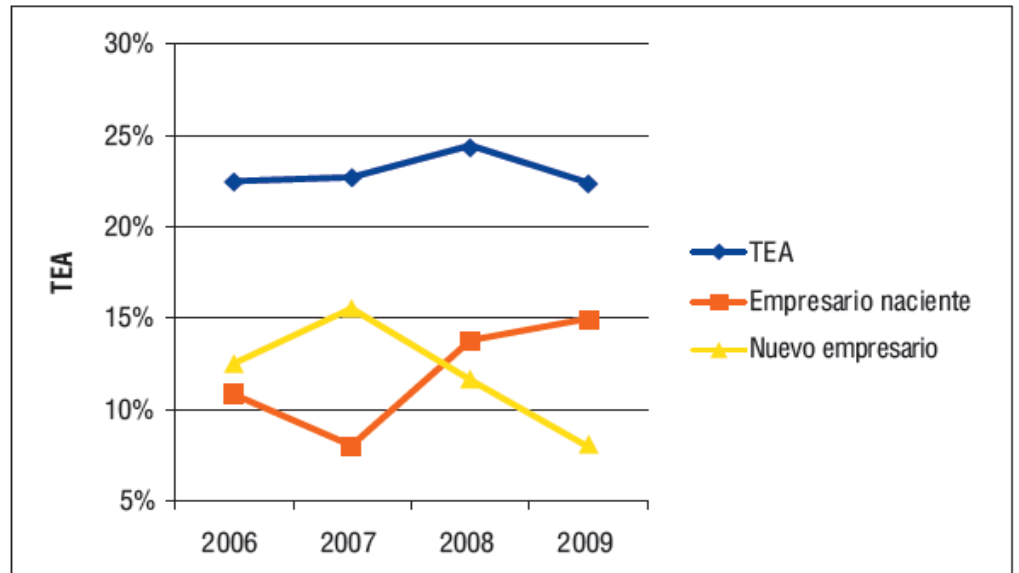
Tabla 2 TEA Colombia, 2006-2009

Evolución de la Tasa de Actividad Empresarial (TEA), Colombia, 2006 - 2009

	2006	2007	2008	2009
TEA	22,48%	22,72%	24,52%	22,38%
Empresario naciente	10,92%	8,07%	13,80%	14,98%
Nuevo empresario	12,55%	15,53%	11,70%	7,98%

Tabla 3 TEA Colombia 2009

Evolución de la Composición de la TEA en Colombia. 2006 - 2009



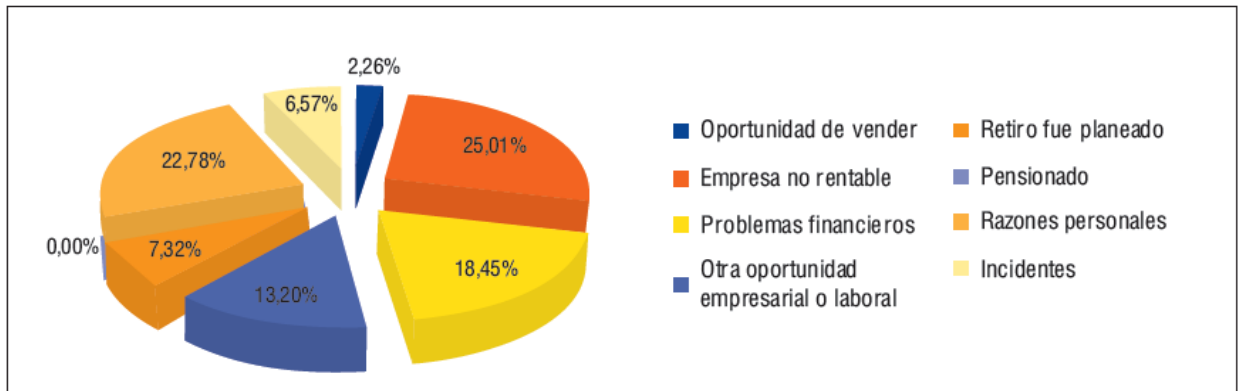
Tomado de Informe GEM Colombia 2009. p. 26

El comportamiento de los indicadores ha sido muy similar en los 4 años de estudio, la única variable que ha tenido un cambio en su tendencia algo significativa ha sido, el nuevo empresario, tema preocupante porque indica que menos empresas, de las nuevas, logran superar la barrera de los 3 meses; el gran tema de análisis es encontrar cual es el problema, políticas del gobierno, el entorno, el emprendedor, la idea, etc.

Según los resultados del informe, terminan en Colombia y en su gran mayoría por, problemas financieros y empresas no rentables, es un porcentaje mínimo los que terminan emprendimiento porque son exitosos y terminan vendiendo.

Tabla 4 Salidas empresariales

Razones de salidas empresariales, Colombia, 2009



Tomado de informe GEM Colombia 2009. p. 31

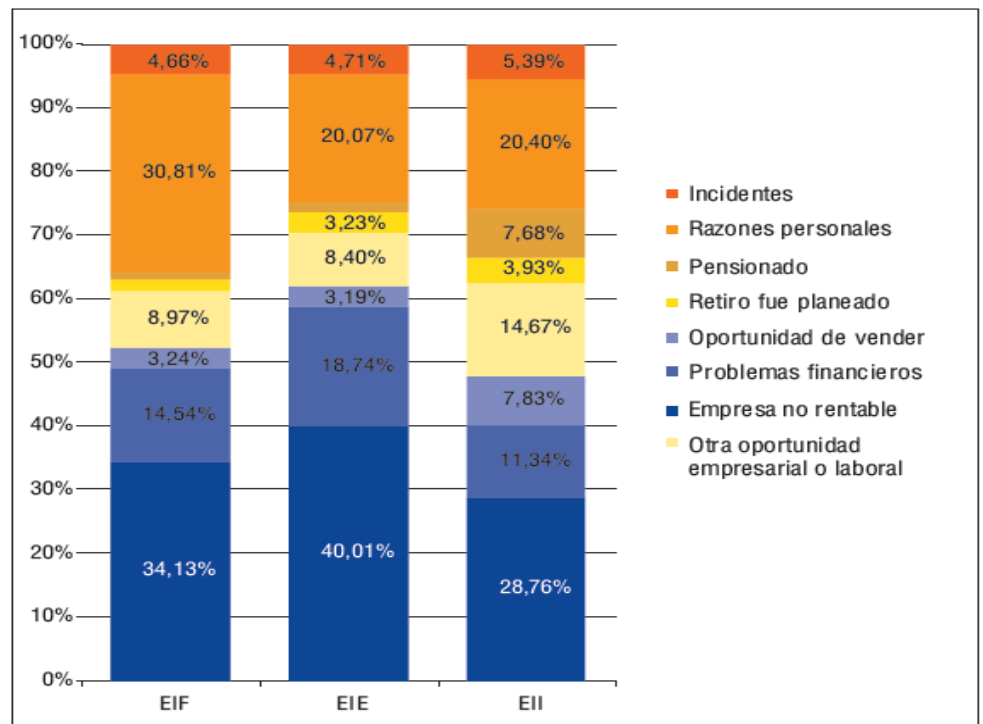
Este es otro de los grandes temas que debe generar urgencia por investigar en el mundo empresarial en Colombia y es, ¿cuáles son las razones de fondo por las cuales los emprendimientos fracasan prematuramente?, ya que solucionando esto, el país podría aprovechar la ventaja de ser uno de los primeros en creación de empresas y aumentar su crecimiento en el tiempo gracias a esto.

En la grafica siguiente, se muestra el comparativo entre los grupos de países, en ella se puede observar como el emprendimiento en Colombia no es exitoso y está muy por debajo del promedio del resto de países, cuando analiza la razón de salida por oportunidad de vender, en Colombia solo el 2.26% lo hacen por esta razón mientras que, los promedios en los grupos es de 3.24% EIF, 3.19% EIE y 7.83% EII. El comportamiento es muy similar con el retiro planeado y por pensión.

Con respecto a los problemas financieros y empresas no rentables, en Colombia, el promedio es inferior al resto de grupos de países; con respecto a la crisis mundial, solo en el grupo de economías impulsadas por la innovación se vio afectada de una manera significativa. En Colombia la crisis no tuvo impacto o fue leve en un 65%.

Tabla 5 Salidas empresariales por grupos

Razones de salidas empresariales, grupos de países, 2009



Tomado de Informe GEM Colombia 2009. p. 32

4.2.1 El empresario en Colombia, según el informe GEM Colombia 2009.

Uno de los aspectos que mide el GEM es el empresario, sus motivaciones para crear empresa, ser empresario, características de esas personas, como el género, la edad y los ingresos.

Para los fines de este trabajo de grado, las características y las motivaciones empresarios para tomar la decisión, son muy importantes dado que, estos también son rasgos que marcan la cultura y desde los cuales, se pueden hacer apreciaciones respecto al caso en Colombia específicamente.

Dentro de las motivaciones que tiene el empresario, el informe tiene dos categorías, el empresario por necesidad y el empresario por oportunidad, el

primero lo hace porque se única vía de ingresos o no disponía de otra alternativa de trabajo y, en el segundo si hace análisis con un algún grado de detalle la opciones que tiene y selecciona esa actividad por encima de otras.

Con respecto a ello, la TEA por oportunidad en el 2009 fue de 14.57% y la TEA por necesidad de 7.54% para Colombia, ello indica que un porcentaje mayor del doble de los emprendedores son motivados porque ven una oportunidad de negocio, porcentajes superiores al promedio por grupos de países (como se observa en la siguiente gráfica), y sin embargo, los índices de mortalidad empresarial son muy altos.

Tabla 6 Motivaciones

Motivaciones que originan la creación de empresa 2009

	TEA por oportunidad	TEA por necesidad
Colombia	14,57	7,54
Economías impulsados por los factores	11,52	5,44
Economías impulsados por la eficiencia	7,21	3,69
Economías impulsadas por la Innovación	4,83	1,05
América Latina y el Caribe	11,77	5,45
Total GEM	7,22	3,06

Tomado de informe GEM Colombia 2009. p. 35

Con respecto al género, como muestra la siguiente imagen, la actividad empresarial en Colombia está liderada por hombres con una TEA de 25.70%, mientras que para las mujeres es de 19.15%, aunque, en ambos casos se supera los promedios por grupos de países.

Tabla 7 TEA genero

Nuevas actividades empresariales según género, grupos de países, 2009

	TEA hombres	TEA mujeres	TEA hombres/ TEA mujeres
Colombia	25,70	19,15	1,34
Países impulsados por factores	20,55	14,46	1,42
Países impulsados por la eficiencia	13,66	8,80	1,55
Países impulsados por innovación	8,24	4,06	2,03
América Latina y el Caribe	19,28	15,62	1,23
Total GEM	13,06	8,20	1,59

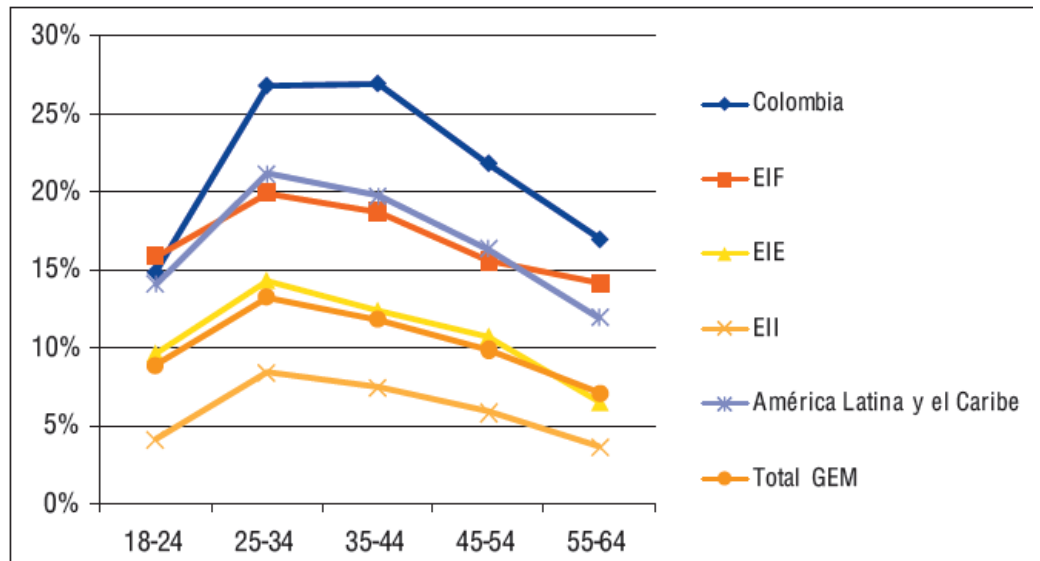
Tomado de informe GEM Colombia. p. 38

Según los años anteriores, la TEA para hombres en el 2009 ha sido la más baja y su tendencia es a seguir disminuyendo, mientras que para las mujeres ha mantenido una leve tendencia al crecimiento y a la estabilidad; la TEA hombres 2008 fue del 30.25% que ha sido la más alta y para mujeres fue de 19.10%.

La actividad empresarial en Colombia y en general en el mundo está liderada por los jóvenes, con un crecimiento aun mayor en las personas entre 25 y 34 años, como se ve en la siguiente grafica. El informe resalta que cada vez los jóvenes ven la creación de empresa como una buena salida laboral, en especial, porque ahora se toman más riesgos.

Tabla 8 TEA edad

TEA por edades, nuevas actividades empresariales, grupo de países, 2009



Tomado de informe GEM Colombia 2009. p. 45

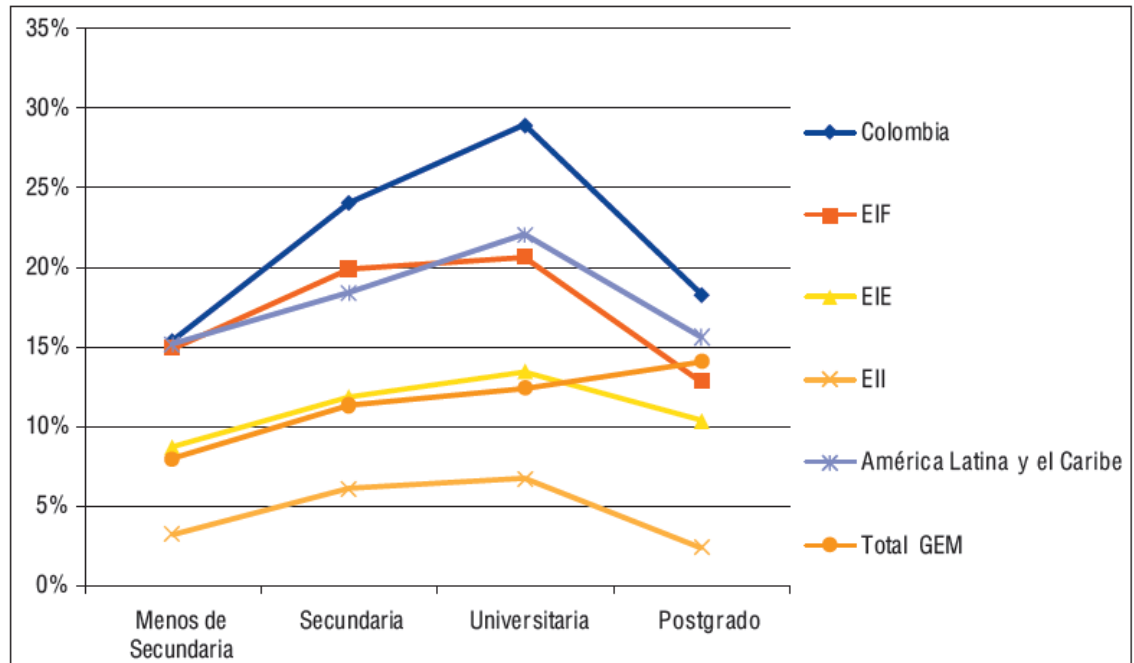
El comportamiento de la actividad empresarial, en este sentido para Colombia, es similar al promedio por grupo de países y en general del GEM, teniendo los niveles más bajos de actividad entre los 18 a 24 años y entre los 55 a 64 años.

Con respecto a la educación, los estudios se basan sobre aspectos empresariales, no necesariamente académicamente formales, se habla de una correlación entre la educación y las oportunidades de crear empresa.

“La educación empresarial se entiende, no solo como el nivel de educación formal, sino también, como el desarrollo de las competencias empresariales que se requieren para ser exitosos en desarrollo de una iniciativa empresarial”. (Varela, citado en GEM Colombia, 2009, p. 49)

Tabla 9 TEA educación

TEA nuevas iniciativas empresariales, educación formal, grupos de países, 2009



Tomado de Informe GEM Colombia. p. 49

A mayor educación formal, el interés por la creación de nuevas empresas aumenta, como se observa en la anterior gráfica. Es importante la educación universitaria para la nueva actividad empresarial, por es necesario promoverla en países como Colombia, donde sus índices son bajos.

Otro factor que el informe estudia sobre el empresario son los ingresos económicos, en la siguiente grafica, se puede observar como el 50% de los empresarios tienen unos ingresos inferiores a los 2 salarios mínimos mensuales vigentes en Colombia y, a medida que el ingreso aumenta la propensión a creación de empresa disminuye.

Tabla 10 TEA ingreso

Proporción de nuevas iniciativas empresariales, por ingreso familiar, Colombia, 2006 – 2009

Nivel Ingresos Colombia	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %
Menos de 2 SMMLV	61,27	59,4	49,58	50,32
De 2 a 3 SMMLV	14	17	18,84	19,71
De 3 a 4 SMMLV	6	6	10,09	9,98
De 4 a 7 SMMLV	4	4	6,3	7,01
De 7 SMMLV en adelante	1,1	2,71	5,5	4,72
NS/NR	13,39	11,1	9,7	6,18

Tomado de informe GEM Colombia 2009.

En general, las características del empresario que el informe muestra son pocas y se relacionan mucho con factores económicos, ya para analizar concretos como los de la cultura de una sociedad específica y su relación con los procesos de emprendimiento se hacen necesarios otro tipo de estudios, para lo cual, este trabajo quiere resaltar la importancia y la necesidad de hacerlos, no es el objetivo de este trabajo y tampoco hay los recursos financieros como para que dicho trabajo sea certero al investigar a todo un país.

Para hablar un poco del resto del informe, se tocan los temas de la composición empresarial y las características de las mismas, en su gran mayoría son de consumo y comercialización, en Colombia el porcentaje de transformación es muy bajo, razón por la cual la utilización de tecnologías disminuye.

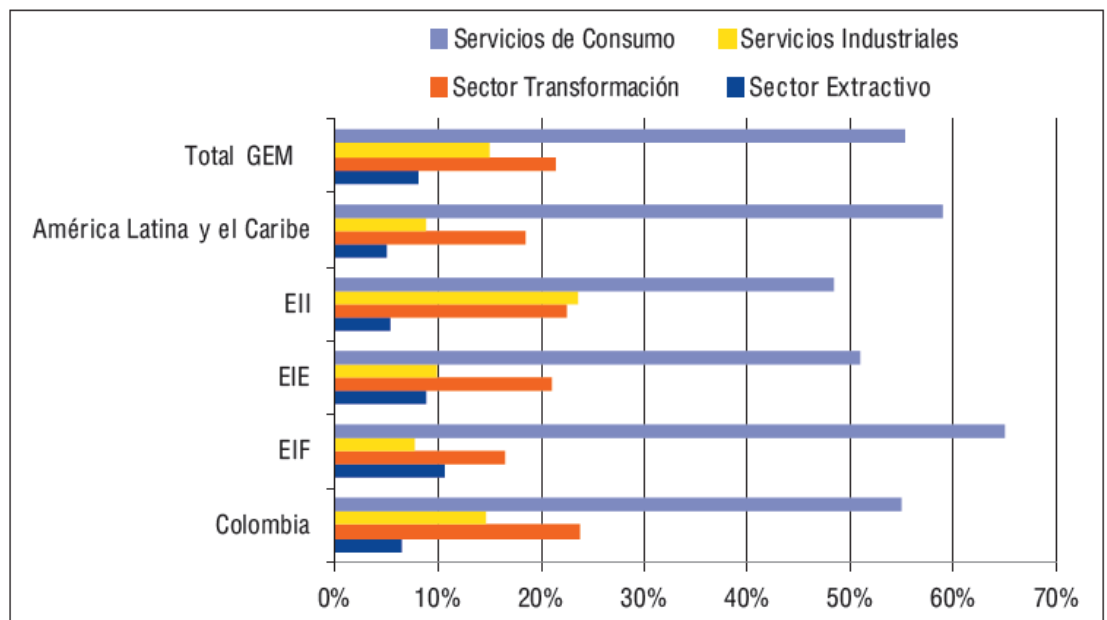
Es gran medida, la razón por la cual Colombia no hace parte del grupo de países impulsados por la innovación, no hay investigación ni desarrollo, la educación formal universitaria es baja y el Gobierno no tiene recursos suficientes para impulsar este tipo de políticas.

Ahora, cuando las empresas transforman las materias primas, se obtienen mayores rentabilidades, en Colombia, las empresas que lo hacen están por debajo del 25% y las empresas de consumo, comercialización o extracción de factores productivos ocupan un porcentaje superior al 50% de toda la actividad empresarial.

Para los sectores y el uso de tecnologías, se pueden observar las siguientes dos graficas, tomadas del informe GEM Colombia 2009.

Tabla 11 Sectores productivos

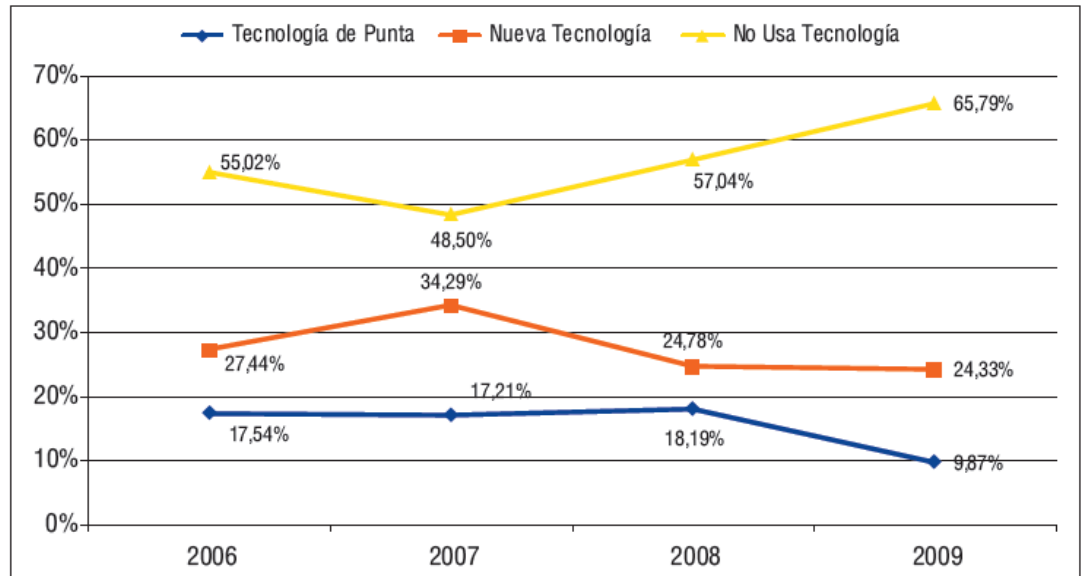
Distribución de sectores productivos, nuevas iniciativas empresariales, países seleccionados, 2009



Tomado de Informe GEM Colombia 2009. p. 56

Tabla 12 Niveles tecnológicos

Niveles Tecnológicos, nuevas iniciativas empresariales, Colombia, 2006 – 2009



Tomado de Informe GEM Colombia 2009. p. 58

El informe ha medido el nivel de inversión para las nuevas iniciativas empresariales y los promedios para Colombia son relativamente bajos, para el 2009 fue de 31 millones, 2008 de 32.5 millones y para los años 2006 y 2007 fue de 24 millones de pesos en promedio, aproximadamente.

Si bien es una suma millonaria compara con el salario mínimo mensual legal vigente, tampoco son sumas tan lejanas a lo que se puede adquirir vía crédito en el mercado financiero en Colombia.

En las expectativas de generación de empleo, los empresarios ya establecidos, solo el 11% cree que podría generar 10 o más empleos en los próximos 5 años y para las nuevas iniciativas empresariales, que son más optimistas, están el 38.20%.

El informe hace un análisis sobre variables del entorno que afectan las iniciativas emprendedoras, como las políticas del gobierno o fondos de capital semilla, sobre

estas, hacen encuestas para medir la percepción que hay por expertos y por empresarios.

El informe concluye con unas recomendaciones, sobre qué aspectos se deben mejorar para que el emprendimiento en Colombia funcione mejor y junto con sus externalidades positivas ayuden al desarrollo del país.

Sobre estas conclusiones y recomendaciones, las principales entidades que deben contribuir, deben ser las del gobierno nacional y las gobernaciones locales, después de estas, si vienen las entidades académicas y organizaciones a fines de promover el emprendimiento.

Dentro de los objetivos centrales del GEM están:

Poder identificar políticas que favorezcan la competitividad de la empresas de cada país, mediante el crecimiento en calidad y en cantidad de las actividades empresariales de cada país [...] Al proponer este tipo de políticas se espera que, tanto los entes de gobierno tanto la sociedad civil en general, cumplan los roles que les corresponden para poder intentar solucionar las debilidades que se encontraron. Cada institución y cada persona deberá desarrollar los procedimientos específicos que, a su juicio, sean más adecuados para implementar las soluciones que aquí se dan.(GEM Colombia, 2009, p.99)

Se destaca nuevamente que Colombia tiene unos índices muy altos de nueva actividad empresarial comparada con el resto de países que analiza el informe GEM, lo cual es una fortaleza que se debe aprovechar para convertirla en una ventaja competitiva y en general a la solución del hambre, el desempleo y la pobreza en Colombia.

Dentro de las políticas y recomendaciones que el informe propone¹⁵, la primera será de la de mayor interés para los propósitos de este trabajo, en donde se propone la creación de programas que apoyen el transito del empresario naciente

¹⁵ Ver las políticas completas en: conclusiones del informe GEM Colombia 2009.

(0-3 meses) a nuevo empresario (3-42 meses), y a empresario establecido (más de 42 meses), que incluyan asesorías personalizadas y tutorías.

Dice este, que el enfoque de estos programas debe ser de acompañamiento personalizado hasta que los emprendimiento se conviertan en empresas consolidadas.

Y esta política es importante para que las altas tasas de nueva actividad empresarial en Colombia se conviertan en el motor de desarrollo del país, la propuesta de este trabajo de grado no es una respuesta a la política que plantea el informe, esta va a estudiar la cultura de una sociedad específica y evaluar qué áreas les serian más favorables, según sus características, para la creación de empresas de acuerdo con los sectores estratégicos en los que el país necesite que genere la nueva actividad empresarial.

Capítulo 5. La importancia del estudio de emprendimiento

Como se ha nombrado durante la investigación, la creación de nuevas empresas es un tema de vital importancia para el desarrollo económico de los países, para la generación de empleo, la creación de riqueza, la innovación industrial y la permanencia del crecimiento. Estudiar al emprendimiento no solo es importante para las ciencias económicas, lo es para todas las demás ciencias porque, desde este punto, se puede resolver el problema más grande que afronta la humanidad, la extrema pobreza y hambre, lo cual se argumentara en el desarrollo de este capítulo 5.

La Organización de Naciones Unidas tiene 8 objetivos de desarrollo del milenio, desde el año 1990 al 2015, el primer objetivo y tal vez el más importante es “erradicar la extrema pobreza y el hambre”, este tiene 3 metas: 1. Reducir a la mitad la proporción de personas que sufren de hambre. 2. Reducir a la mitad la proporción de personas cuyos ingresos son inferiores a un dólar diario. 3. Conseguir pleno empleo productivo y trabajo para todos, incluyendo mujeres y jóvenes.¹⁶ (ONU)

Incentivar el emprendimiento empresarial, es incentivar la instauración de nuevas empresas, creativas, innovadoras, perdurables, generadoras de empleo y creadoras de valor; el emprendimiento puede ser una solución trascendental para generar empleo digno, aumentar los ingresos de las personas y con ello reducir la pobreza extrema y el hambre.

Por estas y otras razones, desde hace varios años los países desarrollados han promovido políticas estatales que promuevan y faciliten el emprendimiento empresarial. La Unión Europea tiene “la carta a la pequeña empresa” a la que

¹⁶Consultar más en: <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/poverty.shtml>

justifican porque la pequeña empresa es motor para la innovación y creación de empleo en Europa y dado a que son muy sensibles a los cambios industriales y al entorno en el que operan, es necesario facilitar su desarrollo.¹⁷

Con este se apoya la educación para el emprendimiento, el fomento temprano, procesos más rápidos, reducción de costos, facilidades normativas, atención, acceso al dinero, facilidades impositivas, acompañamiento tecnológico, fomento electrónico, competitividad y entorno.

En general los países desarrollados fueron los primeros en promover al emprendimiento desde las políticas gubernamentales, la mayoría de estas políticas son similares o más completas (con mayor presupuesto destinado), hoy en día, los demás países en su gran mayoría también la tienen, Colombia no es la excepción, aunque es muy reciente y su ejecución no es muy amplia.

Como se ha visto en el recuento evolutivo del concepto del emprendimiento, los primeros interesados en promover al emprendimiento surgieron a través de la academia, gracias a la importancia que ha ganado el tema desde el gobierno, su promoción ha aumentado, su cátedra y fomento desde la academia ahora es casi una obligación. En Colombia desde la ley que promueve el emprendimiento, su cátedra es implementada a nivel de educación superior.

Hoy, en el mundo el emprendimiento de negocios se ha planteado como una opción de salida a nivel de individuo, específicamente para contrarrestar el desempleo, muchas personas por necesidad u oportunidad se han introducido en el tema, ahora con el aumento de en los índices de desempleo y la pobreza, en parte producto de la crisis económica que afronta el mundo, el concepto de emprendimiento puede ser más relevante para aspectos de desarrollo social y de supervivencia empresarial.

¹⁷ Consultar más en :
http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26002_es.htm

Desde la década de los noventa, se viene planteando que la creación de nuevos empleos se da desde un grupo empresarial en particular, en un estudio de David Birch sobre el empleo en los Estados Unidos, categorizan las empresas en tres grupos, “ratones”, “gacelas” y “elefantes”, en donde, las gacelas crearon 5 millones de nuevos empleos y, entre ratones y elefantes, perdieron 800.000, esto entre 1990 y 1994 que se realizó el estudio; las gacelas son un 3% de las empresas, pymes, de mano factura y sin tecnología de punta. (Birch, citado en Varela. 1997)

Las nuevas empresas generan nuevos empleos, contribuyen con la creación, desarrollo y crecimiento de diversos sectores, “se sabe que todo el crecimiento de empleos, en prácticamente todas las economías, viene de las empresas nacientes” (Varela, 1997, p.3) y el autoempleo en la actualidad se ve como otra alternativa de ocupación laboral si se sobrepone la informalidad que normalmente lo acompaña. Si bien, en Colombia desde el gobierno se ha querido promover al emprendimiento empresarial, las acciones concretas se han visto desde la empresa privada, las instituciones académicas y otras organizaciones no gubernamentales, las cuales tienen programas con recursos destinados específicamente a su promoción, sin importar la razón, ya sea vía responsabilidad social o real interés en la creación de nuevas empresas; algunas de los entes son, estatales como el SENA, organizaciones sin ánimo de lucro como la Cámara de Comercio de Bogotá y la empresa privada con Fundación Santodomingo o Fundación Corona entre varias otras.

Esto es una muestra que, para crear, transformar o incentivar una cultura de una población en general, enfocada al crecimiento de procesos emprendedores, el compromiso debe ser de todas las áreas y organizaciones que la conforman, entidades académicas, instituciones gubernamentales, no gubernamentales y los habitantes que la conformen, es primero un cambio en la mentalidad del grupo social que luego se verá reflejado en hechos prácticos como la creación de nuevas empresas.

No solo desde la academia se destaca la importancia sobre la educación en temas de emprendimiento o el impartir clases de esta materia, también se da desde otras organización sean públicas o privadas, un ejemplo de esto es el INTEC de Chile, una entidad privada sin ánimo de lucro que fomenta el desarrollo tecnológico.

El INTEC en 1999, para el marco de un proyecto denominado Emprendedores como Creadores de riqueza y Desarrollo Regional, elabora una investigación sobre “Estado del Arte en la Enseñanza del emprendimiento”, donde se destaca la importancia de impartir la cátedra de emprendimiento para incentivar la mayor creación de empresas a nivel regional.

Con el concepto de emprendimiento, donde se resalta la relación directa con la innovación y el desarrollo productivo de grandes empresas, tema que propone inicialmente Schumpeter, viene la posición de la escuela austriaca que, básicamente son autores críticos a sus posturas y que, el emprendimiento nace únicamente de la persona y necesariamente debe estar ligado a innovación productiva o a la toma de riesgos (INTEC, 1999), en donde, el emprendimiento siempre es propuesto como el motor de la productividad y desarrollo económico.

Si en 1999 en Chile, ya hay esfuerzos de otras entidades para promover el emprendimiento rural, incluso explicando la necesidad de enseñarlo en estas regiones, en Colombia se debería seguir el mismo ejemplo, entre otras cosas, como una salida económica y empresarial a los problemas de violencia y narcotráfico, que aún domina el sector rural.

La Cámara de Comercio de Bogotá, es una entidad muy activa en la promoción del emprendimiento, a través de un marco de cooperación y transferencia de conocimiento, está desarrollando un proyecto para promover el emprendimiento regional por medio de otras cámaras de comercio, apoyada en la experiencia del centro de emprendimiento, Bogotá Emprende, pero para una aplicación a regiones más pequeñas y de carácter agrícola.

Estas posturas, definitivamente lo que buscan es aprovechar mejor los recursos existentes para desarrollar nuevas empresas en base a ellos, el planteamiento de Stevenson (1980) (citado en INTEC, 1999), propone un enfoque sobre el descubrimiento de oportunidades, dejando de lado los recursos o materias primas, lo que en Colombia, no sería problema, dado que por las características del país, se pueden usar las dos propuestas sin mayor inconveniente.

La educación para el emprendimiento es el pilar para incentivar la creación de empresas prometedoras, innovadoras y diferentes, dado que la educación es uno de los factores que crea la cultura, y si se crea una cultura emprendedora sobre una sociedad rural se podría tener un gran impacto en la formación de líderes comerciales como lo destaca el INTEC con Ray Kroc de McDonalds y Roberto Goizueta de Coca-cola.

Según la propuesta de enseñanza del emprendimiento del INTEC, no debe estar ligada al número de empresas creadas, o a la pequeña y mediana empresa, debe estar basada en:

1. La facultad de crecer y crear riqueza, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (escuela de Schumpeter) o de equilibrio (escuela austriaca).
2. La orientación al crecimiento (teoría de Drucker y Stevenson)
3. El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos (modelo Timmons) (INTEC, 1999, p.8)

El emprendimiento es más que creación de empresas, su cátedra no solo se debe impartir sobre empresarios o personas con la intención de convertir oportunidades en empresas, también debe ser para todos los empleados (Stevenson 1980, citado en INTEC, 1999, p.9). La enseñanza del emprendimiento ha estado muy segmentada y promovida desde experiencias reales, para lograr éxito en las nuevas empresas, es necesario que el emprendedor domine las bases teóricas y conceptuales del proceso de emprendimiento.

En Colombia desde el año 2006 se han visto propósitos reales para la creación de una cultura emprendedora sobre la población, en analizar su estado actual y en la forma de promoverla; desde el gobierno, con la ley 1014 de 2006 “de fomento a la cultura del emprendimiento” se ha generado una política de estado y con otras entidades como la conformación del consorcio GEM Colombia, en donde, “reiteramos, con este informe, nuestro compromiso con el desarrollo de la cultura empresarial y con los procesos de creación y fortalecimiento de las empresas” (Informe GEM Colombia 2009. p. 6)

Entonces, como se ha desarrollado durante el transcurso de la investigación, la importancia del fomento del emprendimiento para cualquier país, debe ser para la solución a los problemas de desempleo, pobreza, crecimiento económico, perdurabilidad empresarial y competitividad.

Es por ello, que todos los países tienen políticas de estado para incentivar el emprendimiento o para fortalecer los procesos ya existentes, Colombia, no es la excepción como se mostrara a continuación.

5.2 Ley de emprendimiento en Colombia

Desde la iniciativa del gobierno para fomentar la cultura del emprendimiento en Colombia, con la ley 1014 de 2006, es un deber de estado velar por su cumplimiento, solo tiene 4 años de propuesta, es relativamente joven.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, desde que se tienen datos, Colombia ha sido un país siempre con unas buenas tasas de creación de empresas y con una mortalidad alta, los estudios sobre el tema son muy recientes, también desde el año 2006 con la publicación de observatorios sobre el estado del emprendimiento por parte de esa entidad o por el GEM Colombia.

Desde lo académico, la universidad con mayor trayectoria sobre los estudios de emprendimiento o espíritu empresarial es la universidad ICESI de Cali, que ya tiene 25 años de investigación, liderada por el Doctor Rodrigo Varela.

Continuando con la ley 1014, su un plan para fomentar la cultura del emprendimiento, va desde la academia, las entidades gubernamentales, las organizaciones privadas y la población civil en general.

La definición de emprendimiento del artículo primero de la ley 1014 de 2006 De Fomento a la Cultura del Emprendimiento en la Republica de Colombia. “Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;”¹⁸

Para el caso de Colombia, la definición de emprendimiento planteada en la ley 1014 de 2006, debe ser la base de todo estudio conceptual en la materia, dado que desde ella se espera impartir la creación de cultura emprendedora, abordando maneras de pensar y actuar orientadas hacia la creación de riqueza, basadas en oportunidades, de visión global, de la gestión de un riesgo calculado y que todo esto, por medio del liderazgo y la gestión de un riesgo calculado da como resultado la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

La ley no habla directamente que el concepto de emprendimiento este directamente relacionado con la creación de nuevas empresas, desarrollo de proyectos o innovación, es una definición para fines prácticos y como tal es muy clara y fácil de entender.

18 Mayor información en: Colombia. (2006, 27 de enero). “Ley 1014 del 26 de enero de 2006”.

Es importante ver como al mirar los objetivos con las propuestas de emprendimiento desde el gobierno y el GEM Colombia, lo que se quiere es crear una cultura emprendedora sobre la población en Colombia; sería interesante proponer como tema de discusión si en realidad hay que crear una cultura o si lo que se debe hacer es transformar la existente, porque con o sin la cultura que desean promover, a diario se crean y se quiebran empresas, de manera formal o informal en Colombia.

Ahora, se hace imperativo ver la definición de cultura que tiene la ley 1014 de 2006, en donde la cultura es definida como “Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.”

La definición de cultura no es la de antropología cultural, es mas practica y breve, la cual puede quedar incompleta y de apariencia cerrada, teniendo en cuenta que el objetivo de la ley es crear una cultura.

La ley 1014 de 2006 busca promover la cultura del emprendimiento desde el sistema educativo incluida la educación básica, aspectos jurídicos, institucionales, entorno, productivos, de planeación y garantizando la igualdad de condiciones para las empresas.

La ley 1014 de 2006 obliga al estado a buscar los recursos públicos necesarios para la promoción de la cultura del emprendimiento, facilitar alianzas institucionales con entidades financieras para facilitar el acceso a los recursos para los emprendedores y atracción de inversionistas de riesgo y capital semilla al país.

Dentro de las entidades involucradas están los ministerios de Comercio, Educación, Protección, SENA, Planeación Nacional, Colciencias, Colombia Joven,

instituciones académicas, Fenalco, cajas de compensación, incubadoras de empresa y fundaciones dedicadas al emprendimiento.

Con estas y otras entidades, se generan las “*redes para el emprendimiento*”, siendo estas el mecanismo que coordina esfuerzos para la ejecución de la ley. En el capítulo tres de la ley 1014 de 2006 se habla específicamente de el fomento de la cultura del emprendimiento y plantea los objetivos de la “*formación para el emprendimiento*”, los cuales, hablan de desarrollo de personas integrales, mejoramiento de capacidades y habilidades, acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo y fomentar la asociatividad y el ahorro. También habla de la obligatoriedad de la enseñanza del emprendimiento y de la promoción del emprendimiento a través de diferentes vías, como las cámaras de comercio, incentivos tributarios y eventos para facilitar la comercialización.

La ley 1014 de 2006 ha sido un gran paso para la promoción del emprendimiento en Colombia, su alcance es amplio porque abarca los temas necesarios para generar un ambiente propicio pero, aún no es suficiente, para el logro de un entorno amigable para la creación de empresas innovadoras y altamente competitivas a nivel internacional, se necesita que el gobierno destine un presupuesto monetario muy amplio que, por las condiciones de pobreza del país, será difícil de lograr.

5.3 Entidades que fomentan el emprendimiento en Colombia

Con los ministerios de Comercio, Educación, Protección, el SENA, Planeación Nacional, Colciencias, Colombia Joven, instituciones académicas, Fenalco, cajas de compensación, incubadoras de empresa y fundaciones dedicadas al emprendimiento, la ley de emprendimiento en Colombia tiene aparentemente claro de donde saldrán los recursos para la ejecución de la política, con ello el gobierno

plantea la creación de la Red Nacional de Emprendimiento y las Redes Regionales de emprendimiento, también creadas con la ley 1014 de 2006.

Las redes tienen por objeto establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento, formular un plan estratégico para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento e impulsar los emprendimientos empresariales. (Ministerio de comercio, industria y turismo)

A través de las redes de emprendimiento, el gobierno puede estar garantizando su intención de mejorar el ambiente y el entorno que rodea la creación de empresas en Colombia, factores indispensables para el logro de emprendimientos innovadores y perdurables.

Además de las entidades de relación gubernamental, la mayoría de universidades que tengan una facultad de administración, de empresariales o economía, tiene un área de emprendimiento o mejor aún, un centro de emprendimiento, desde los cuales se puede crear la cultura emprendedora y dar vía a la investigación y el desarrollo en la materia.

En Colombia las universidades que más han ganado reconocimiento en materia de emprendimiento, son las que las pertenecen al consorcio GEM Colombia, la ICESI de Cali, la Javeriana de Cali, Norte de Barranquilla y los Andes en Bogotá. Una de las personas más reconocidas en materia de investigación sobre el emprendimiento o espíritu empresarial, es el profesor doctor Rodrigo Varela, quien desde la universidad ICESI ha liderado estudios sobre el emprendimiento en Colombia por más de 25 años. En Colombia, por lo general desde las universidades con mayor capacidad económica para la investigación, tienen mejores programas de emprendimiento, producto de su capacidad de inversión en planta o en proyectos de investigación y en algunos casos para copatrocinar las iniciativas empresariales.

En el Centro de Emprendimiento de la Universidad del Rosario, en proceso de creación, se desea manejar el tema desde la complejidad y la perdurabilidad, como ya se tratan otras investigaciones de las ciencias administrativas, lo que idealmente podrá facilitar estudios interdisciplinarios en la materia, como se ha venido recalcando durante el desarrollo de este trabajo.

Las gobernaciones distritales también fomentan al emprendimiento, en Bogotá, la Secretaria de Desarrollo Económico es muy activa y tiene varios programas para promover la creación de empresas o mejorar el ambiente de negocios.

El centro de emprendimiento más grande en Colombia es producto de una alianza entre la Secretaria de Desarrollo Económico con la Cámara de Comercio de Bogotá, el cual es presta servicios de asesoramiento y promoción del emprendimiento, en creación, crecimiento, consolidación y ruedas de negocios, entre otros.¹⁹

La secretaria distrital de desarrollo económico de Bogotá tiene el programa de banca capital para ayudar a financiar iniciativas emprendedoras o el crecimiento de empresas ya existentes, además tiene programas de asesoramiento en temas de creación de empresas, fomenta la innovación a través de la red de empresarios innovadores, tiene pagina de asesoramiento y busque de soluciones laborales, incluida el emprendimiento de negocios y realiza eventos para facilitar la comercialización de productos que pequeños empresarios, entre otros programas.²⁰

Entre otras organizaciones se encuentran cajas de compensación en Colombia, como Comeva, la cual también presta asesoramiento gratuito para emprendedores y tiene líneas de crédito, ha sido muy activa en la materia en los últimos años.

Desde la empresa privada se han constituido fundaciones para ayudar a la población vulnerable y los jóvenes, son de carácter social, sin ánimo de lucro,

¹⁹ Para mayor información consultar la página en internet www.bogotaemprende.com

²⁰ Para mayor información consultar la página en internet www.desarrolloeconomico.gov.co

dentro de las cuales las más reconocidas son la Fundación Santodomingo, la cual incluso tiene capital semilla para iniciativas de negocio y la Fundación Corona, la cual ha sido patrocinadora del informe GEM Colombia 2009.

Esto muestra como el interés por el emprendimiento en Colombia, debido a su importancia en el desarrollo económico, viene siendo un tema de todos los colombianos, incluyendo al sector público, privado, empresarial, académico y organismos multilaterales, en donde, la sociedad se hace consiente que la salida a problemas como el desempleo se puede encontrar desde la creación de empresas, razón por la cual Colombia está ubicada como uno de los países donde más se crean empresas por año en el mundo, según el informe GEM, que se explicará a continuación.

6. Conclusiones y propuesta de estudio

Ya se ha tratado el concepto de “entrepreneurship”-Emprendimiento y la complejidad que este representa, desde los significados teóricos hasta lo que se puede hacer con él.

Más allá de la definición con la que una persona quiera tratar al emprendimiento empresarial, lo más importante es comprender su significado, dado que con este, se puede tener la respuesta a los mayores problemas que atañen a la humanidad y, específicamente el desempleo con el hambre y la pobreza.

Esta problemática cobija a toda la humanidad, especialmente, es un tema de gran responsabilidad del desarrollo económico y la desigualdad económica en los países.

Dentro de la importancia que se hablaba del emprendimiento es la contribución al desarrollo económico, dado que, al crear nuevas empresas, el círculo de

economía se mueve con el consumo y los impuestos, además, genera nuevos empleos, solucionando a esas personas sus problemas de pobreza y hambre.

Se ha visto, que cuando una persona toma la decisión de crear empresa por necesidad y lo logra, soluciona sus problemas de ingreso económico, aunque hay mayor riesgo por la falta estudios y planeación, cuando lo hacen porque han visto una oportunidad y hay un mayor grado de análisis sobre la misma, los riesgos disminuyen.

Desde que las iniciativas empresariales sean exitosas, van a generar crecimiento en la economía y posiblemente nuevos puestos de trabajo, en este punto no importa la motivación por la cual el emprendedor se decidió por el empezar el proceso.

Ni el concepto, ni el proceso de emprendimiento son universales, por lo que la vivencia no es la misma para todos los emprendedores, muchos no son consientes del proceso que han experimentado y mucho menos del significado conceptual de la palabra, lo que no quiere decir que no puedan ser exitosos, todo lo contrario, las investigaciones sobre el tema nacen de casos exitosos.

Varios autores de los que se plantearon en los primeros capítulos, hablan sobre las motivaciones al emprendimiento y en la mayoría de casos, son razones que van más allá de la solución al ingreso económico o crear una empresa.

Desde el paradigma antropológico (Rodríguez. 2009), se plantean dos motivaciones, extrínsecas que es el interés del individuo y motivaciones trascendentales, que van más allá de este logrando beneficiar a otras personas del entorno.

Y es que, el emprendimiento puede llegar a ser tan trascendental que puede ser la solución a los problemas de un país como Colombia, claro, interactuando con otras variables como la cultura, la formación empresarial, las estrategias de

desarrollo, la competitividad internacional y el crecimiento enriquecedor para la población.

Los centros de emprendimiento o áreas de emprendimiento, por lo general, comienzan su función con el emprendedor desde que este tiene la idea o está descubriendo una oportunidad para crear la empresa, luego de ello, brindan la asesoría necesaria en los temas de gestión empresarial y otras entidades, la formación empresarial.

El gobierno tiene la obligación de proporcionar un ambiente favorable para la creación de empresas, la formación de la población, ayudas tributarias, instituciones de apoyo e investigación y desarrollo en tecnología por sus costos, entre otras facilidades.

Desde el ámbito académico, las investigaciones científicas ayudan a proporcionar información al emprendedor, a los gobiernos y a otras entidades para que ellas ejecuten las acciones correspondientes; de igual manera el consorcio GEM Colombia, investiga la actualidad empresarial de la actividad y junto con otros expertos plantean propuestas para que otras entidades las desarrollen, o su defecto, para la población civil en general.

En el transcurso de este trabajo de grado, se han encontrado varias oportunidades para mejorar el emprendimiento en Colombia, no es el propósito de este documento, desarrollar investigaciones que no están al alcance de los recursos necesarios para hacer un buen trabajo, esto lo deberá desarrollar una entidad con músculo financiero y un equipo de trabajo, si las propuestas son lo suficientemente llamativas para ello.

1. Como se observó en el transcurso del capítulo cuarto, desde la Antropología Cultural se estudia la cultura humana y esta, hace parte del entorno en el que el emprendedor se desarrolla o su emprendimiento se desarrollara y además, influencia los procesos de creación empresarial,

tanto en la psicología de las personas como en los propósitos de la decisión de la iniciativa emprendedora.

Se deberían desarrollar investigaciones antropológicas sobre determinados grupos sociales para, identificar su cultura, que tan factible es que sus habitantes se dediquen a iniciativas emprendedoras como solución a los problemas económicos y hasta qué punto están dispuestos a cambiarla, de ser necesario, para lograrlo.

Al tener la información sobre su cultura, desde el punto de vista antropológico cultural, se sabrá si las motivaciones serán extrínsecas o trascendentes²¹, con ello también, se intuirá hasta qué punto la intención de estas personas es solucionar su problema momentáneo de ingresos o si será de crear una empresa que dure y crezca en el tiempo.

Con la información de la cultura, también se podrán intuir rasgos de la personalidad de esas personas, saber su disposición al cambio, a la formación empresarial y en general a invertirles tiempo y dinero con una propuesta de empresa.

El propósito de esta propuesta es reducir la mortalidad empresarial y aumentar la perdurabilidad empresarial en Colombia, desde estudios culturales sobre los emprendedores, para con ello poder plantear una propuesta de creación de empresa en conjunto con un grupo social, apoyándolo desde la asesoría y la formación empresarial, además, acompañándolo desde un comienzo para guiarle el área de negocio donde, según los parámetros estratégicos y de competitividad del país se deberían enfocar.

²¹ Explicación de las motivaciones en el capítulo 3 o en Pérez, 1997, citado en Rodríguez, 2009, p.108)

Es decir, se necesita mayor acompañamiento por parte de las entidades interesadas en el emprendimiento, según la TEA de Colombia, el interés de los colombianos en crear nuevas empresas es uno de los más grandes del mundo pero, las falencias en supervivencia después de los 3 meses, hace pensar que hace falta que se guíe a los emprendedores en que áreas deberían iniciar sus empresas.

Hace falta más control del gobierno para que las personas interesadas en crear una empresa no desperdicien los recursos iniciando su empresa en un área en la que la industria del país no es competitiva y con el tiempo, la internacionalización y globalización de las economías las destruirá.

Esto es promover la innovación y la creatividad a la hora de tomar la decisión de crear empresa, como vimos en el Informe GEM Colombia, la mayoría de iniciativas emprendedoras están enfocadas en la comercialización y no en la transformación de productos.

Muchas de las empresas que se están creando en Colombia tienen motivaciones extrínsecas y no trascendentales, razón por la cual la perdurabilidad de las mismas es muy baja; en el momento en que el emprendedor encuentre una mejor fuente de ingresos va a abandonar la empresa, dado que su interés es de carácter personal y no está motivado por la generación de empleos o desarrollo económico, a través de su empresa.

Si se hacen estudios previos a determinados grupos y se encuentra que son más propensos a iniciar una actividad empresarial, asumiendo riesgos y sacrificando recursos, se puede tomar dicho grupo, asesorarlo, motivarlos y acompañarlos para que creen una empresa, asociándolos con alguna entidad que los guíe, para que tengan un camino más fácil y seguro.

Esta entidad puede ser pública o privada, los debe acompañar en el proceso emprendedor hasta que la empresa este consolidada, como lo pide la primer propuesta del informe GEM Colombia 2009.

Tabla 13 Problema

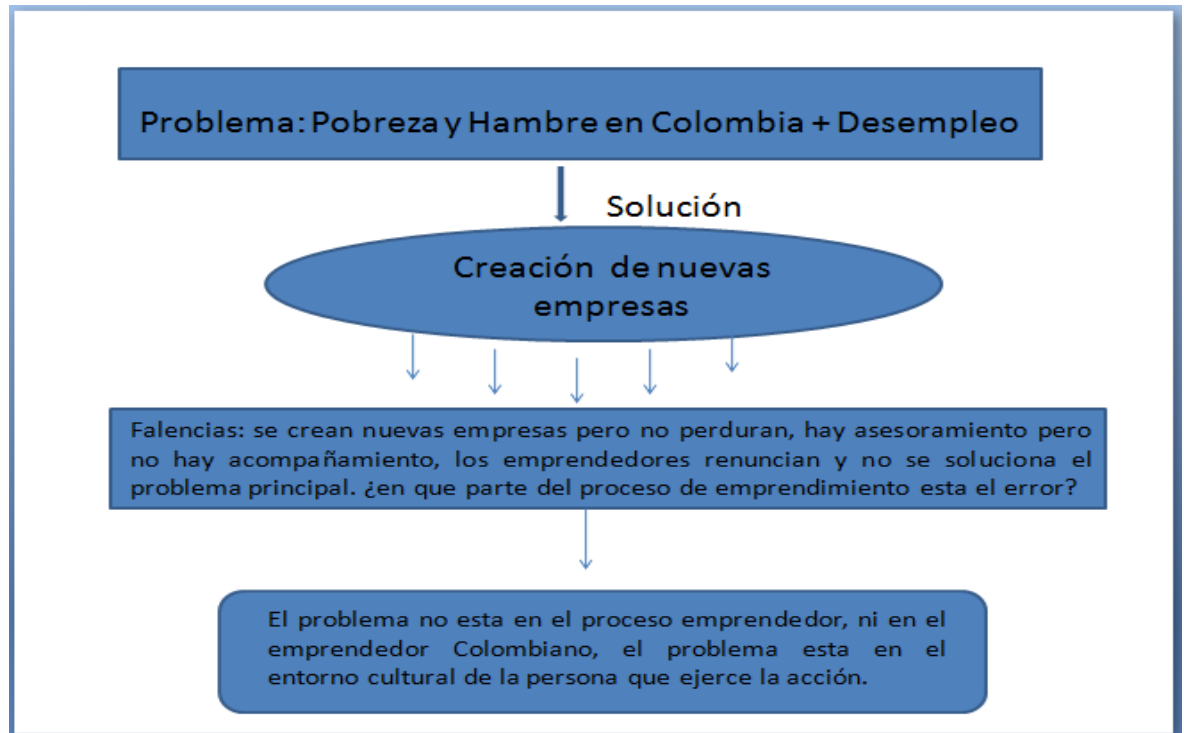
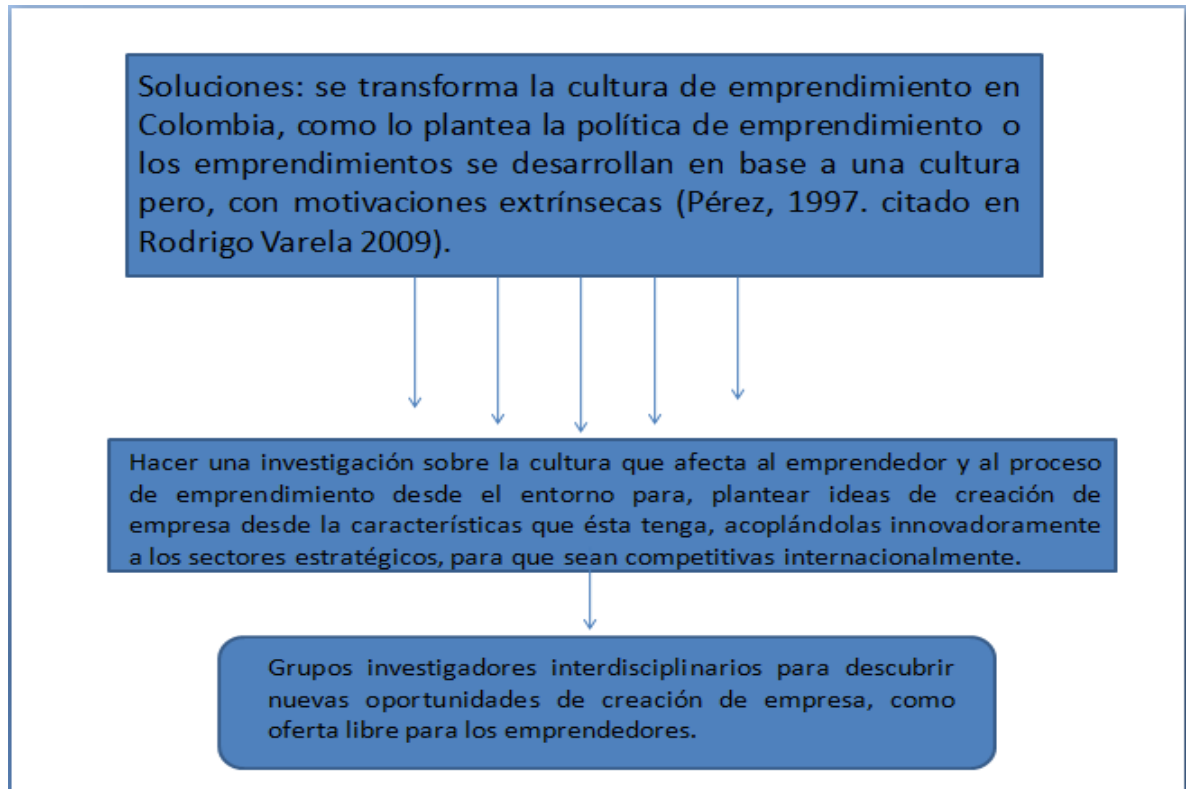


Tabla 14 Solución



2. Aprovechando los argumentos sobre la complejidad del tema de emprendimiento, los estudios realizados por el GEM Colombia sobre las características del empresario, en edad, genero, ingreso y nivel educativo, se puede crear un grupo de investigación académico, conformado por estudiantes de posgrado, inter y transdisciplinario, con las mismas características de las mayorías de emprendedores en Colombia para que, generen resultados en nuevas ideas y oportunidades para creación de empresa.

Estas oportunidades deben seguir parámetros de innovación, creatividad, interdisciplinaridad, competitividad y alinearse con los sectores estratégicos que el gobierno de Colombia fomenta, para que los emprendedores y la población civil en general, los vean y se motiven para crear empresas de

este estilo, con ideas que tengan mayores probabilidades de éxito y apoyo de las instituciones.

Estas ideas de empresa deberán ser públicas y publicadas con una periodicidad corta y constante, para que los interesados, acudan a las diferentes entidades que promueven el emprendimiento, para que se asesoren o capaciten en el proceso de creación de empresa.

BIBLIOGRAFIA

Citas Bibliográficas

A. LIBROS

NANDA, Serena. Antropología Cultural: Adaptaciones socioculturales. México: Grupo editorial Iberoamérica, 1987.

NUENO, Pedro. Emprendiendo hacia el 2020: Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas. España: ediciones DEUSTO, 2009.

VARELA, Rodrigo. Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas. Colombia: editorial Pearson educación de Colombia LTDA, 2008.

MORRIS, Michael. Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals Organizations and Societies. USA: Editorial Greenwood publishing group, incorporated, 1998.

KURATKO, Donald. Entrepreneurship: Theory Process Practice. Octava edición. USA: Cengage Learning, Inc, 2009.

SHANE, Scott. A general theory of entrepreneurship: the individual opportunity nexus. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2003.

Entidades Privadas:

Informe GEM Colombia 2009.

Informe GEM.

Facultad de Administración, Universidad del Rosario. Aproximación para la creación del centro de emprendimiento para la Universidad del Rosario. Bogotá: Enero de 2009. p. 11

Centro de Emprendimiento Para la Perdurabilidad Empresarial, Facultad De Administración, Universidad del Rosario. Avila. 2010. p. 2

B. PUBLICACIONES SERIADAS

RODRIGUEZ, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento y gestión, No 26 Junio-Diciembre 2009.

PEREIRA, Fernando. Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. Revista Economía Gestión y Desarrollo. Volúmen 1, pp 9-26. 2003

TRUJILLO, María Andrea. GUZMAN, Alexander. Intraemprendimiento: una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. Cuaderno de Administración, 21 (35): 37-63, enero-junio de 2008.

COLOMBIA." Ley 1014 del 26 de enero de 2006" en Diario Oficial No. 46. 164, 27 de enero de 2006. Bogotá.

C. FUENTES DE INFORMACION ELECTRONICA

<http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/poverty.shtml>

http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26002_es.htm

INTEC-Chile. Emprendedores como creadores de riqueza. p. 8
http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado_arte_emprendimiento.pdf

RAE.

http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=emprendimiento

Real Academia Española.
http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=transdisciplinaridad

http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=ab_what_gem_is

<http://www.vimeo.com/12832890> más información en el video del lanzamiento del informe GEM Colombia 2009.

VARELA, Rodrigo. El espíritu empresarial y la generación de empleos, 1997.
www.icesi.edu.co/.../el_espiritu_empresarial_y_la_generacion_de_empleos.pdf