

# UNIVERSIDAD, CIENCIA Y DESARROLLO

Programa de Divulgación Científica

5

de 16

TOMO VII

Fascículo Interactivo



## Jóvenes Emprendedores: ¿nacen o se hacen?

Facultad de Administración



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

## Resumen

¿Por qué unos han logrado ser exitosos en el mundo de los negocios y otros, simplemente, se mantienen como empleados? La respuesta a este interrogante ha sido merecedora de diversos estudios, los cuales, en su mayoría, concluyen que, debido al miedo a correr riesgos y crear algo novedoso, muchas personas no se atreven a dar el salto al mundo empresarial. Solo se arriesgan aquellos que tienen un perfil emprendedor bien definido.

Pero ¿cuál es el perfil emprendedor ideal? ¿Tienen los jóvenes colombianos este perfil? Para dar respuesta a estas preguntas, el Grupo de Investigación en Perdurabilidad Empresarial, de la Universidad del Rosario, desarrolló un completo estudio que permitió evaluar el perfil emprendedor en los jóvenes estudiantes y, de este modo, determinar qué atributos los diferencian.

### Palabras Clave:



- Emprendimiento
- Jóvenes
- Atributos
- Empresarios

“Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente”. Esta fue una de las frases que el abogado y tratadista austríaco Peter Drucker dejó para la industria, con la cual quiso demostrar que para emprender un negocio se necesitan valentía y decisión. En el mundo del emprendimiento de negocios es común ver que quienes andan en busca de escenarios de mercado con potencialidad de inversión, utilizan la innovación como excusa para no iniciar su proceso. En otras palabras, si no inventamos el automóvil volador, la vacuna contra el VIH o un enderezador de bananos, entonces pensamos que no hay una oportunidad creativa e innovadora a la mano.

A pesar de que los jóvenes de hoy se encuentran más familiarizados con los múltiples medios de comunicación, como internet, las redes sociales y los dispositivos celulares inteligentes o smartphone, aún enfrentan los mismos temores de generaciones anteriores. El principal miedo radica en saltar de la tranquilidad de ser empleado hacia el difuso, pero prolífero,



mundo del emprendimiento de negocios. Entre los jóvenes existe una clara debilidad en la búsqueda de oportunidades y una prevención muy pronunciada hacia correr riesgos. Estos dos aspectos comprometen considerablemente su capacidad para emprender nuevos negocios en mercados como los actuales, en los que la dificultad para identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, la dinámica y los cambios del entorno y el incremento tanto de la imitación como de la competencia son la constante.

Al respecto, Miguel Caballero, emprendedor y empresario exitoso de la moda colombiana, en una de sus conferencias aseguró que la juventud es la mejor edad para asumir riesgos, pues las responsabilidades son

Continúe el tema en el fascículo interactivo en:  
[www.urosario.edu.co/investigacion](http://www.urosario.edu.co/investigacion)

Este artículo es una síntesis de los temas que desarrollan los grupos de investigación de la Universidad del Rosario. Este material cuenta con documentos, capítulos de libros, entrevistas, fotografías y bibliografía de apoyo, entre otros soportes o estudios, que el lector podrá consultar en la página Web [www.urosario.edu.co/investigacion](http://www.urosario.edu.co/investigacion).

Bibliografía

Fotografía

Página Web

Video

Foro

realmente pocas, no existen cientos de cuentas por pagar, ni compromisos familiares o financieros, y, lo mejor de todo, es que la creatividad y la inventiva están en su máxima expresión.

De hecho, si se observa a los grandes empresarios en los ámbitos mundial y nacional, se evidencia un patrón común: todos se arriesgaron a empezar sus negocios cuando eran bastante jóvenes y tenían ideas aparentemente sin sentido. Steve Jobs, Bill Gates, Michael Dell, Larry Page, Sergey Brin, Mark Zuckerberg y los colombianos Carlos Ardilla Lule, Julio Mario Santodomingo, Fernando Mazuera, Luis Carlos Sarmiento y Arturo Calle, entre otros, iniciaron su actividad como emprendedores de negocios a edades no superiores a los 25 años y con una escueta experiencia laboral. Para todos los casos, fue un ideal (para muchos, desorientado y sin futuro) lo que les permitió formar parte de la historia mundial de los negocios como grandes empresarios.

En este sentido, el profesor Amar Bhide, reconocido experto en temas de emprendimiento, describe el concepto de oportunidades de negocio más allá de la misma creatividad, y demuestra cómo, a través de la historia, los grandes empresarios exitosos han tenido algo en común: pocas veces han sido los inventores del producto o servicio. Así como Bill Gates y Steve Jobs no inventaron los computadores, ni los sistemas operativos ni la interfaz gráfica, Carlos Ardilla Lule y Julio Mario Santodomingo no inventaron las bebidas gaseosas ni la cerveza.

Sin embargo, esta razón no constituyó un obstáculo para sus propósitos; por el contrario, tomaron un invento novedoso -que incluso fue menospreciado por algunos- y lograron que el consumidor deseara el producto

y estuviera dispuesto a pagar por él. Esta es la clave de las oportunidades de negocio: entender que novedad no es igual a innovación y que no por ser extraño un producto las personas estarán dispuestas a comprarlo.

La creación y modificación de atributos, así como los procesos de transferencia de tecnologías, son los elementos atribuibles a la novedad, pues modifican los componentes de la invención y, por consiguiente, su interrelación. La innovación trasciende la creatividad y el factor distintivo del invento. Para que resulte efectiva, debe ser comercializable; de lo contrario, será otro de los tantos inventos fallidos que se han dado en el mundo.

No se trata sólo de estructurar una línea de ensamble, para el caso de los productos, o una metodología de trabajo que permita un desarrollo eficiente y barato para los servicios, sino de lograr que el cliente trascienda del proceso de intención de compra al de decisión de compra. Por ende, no puede existir innovación si el cliente no paga por la creación, independientemente de los atributos y características del producto. Al respecto, una empresa puede tener productos y servicios novedosos, pero no innovadores; por lo tanto, son prácticamente imposibles de comercializar.

De acuerdo con esto, el emprendimiento de negocios no se limita a la capacidad de inventiva de las personas, sino que implica un conjunto de factores que van más allá de la personalidad del individuo. Un emprendedor es aquel que cuenta con cualidades y competencias que le permiten iniciar actividades, a pesar de las adversidades. Esto no implica títulos, ni experiencia ni dinero. Cabría entonces preguntarse si un emprendedor nace o se hace. Es posible que una respuesta puntual genere posiciones parcializadas al respecto; por tal razón, se opta por la que tomó Peter Drucker: "definitivamente, un emprendedor nace, pero nacen tan pocos, que los demás hay que hacerlos".



### Perfil emprendedor de los jóvenes universitarios

Una manera adecuada de construir el perfil emprendedor de los jóvenes que mañana serán los empresarios exitosos de nuestro país, es a través de un estudio de características o atributos de personalidad, que permita describir aquellas competencias con mayor o menor grado de desarrollo en estos jóvenes, a fin de definir las como debilidades o fortalezas, para entonces corregirlas o potencializarlas según el caso.

Basado en este panorama, el Grupo de Investigación en Perdurabilidad Empresarial, de la Universidad del Rosario, desarrolló una investigación con el propósito de identificar el perfil emprendedor de los jóvenes estudiantes. Para ello, utilizó una de las herramientas del programa EMPRETEC de las Naciones Unidas, que permite caracterizar el comportamiento emprendedor en diez atributos particulares.

En este sentido, David McClelland, uno de los psicólogos expertos en el tema y principal referente en áreas de motivación y necesidad, se aproxima a la construcción de una posible categorización de perfil, al indicar que un emprendedor posee una gran motivación al logro, que lo

Esta es la clave de las oportunidades de negocio: entender que novedad no es igual a innovación y que no por ser extraño un producto las personas estarán dispuestas a comprarlo.

impulsa a mejorar, a afrontar obstáculos y a calcular. Así mismo, explica que los emprendedores, si bien tienen una alta necesidad de logro, también tienen una baja necesidad de poder; mientras que los altos directivos tienen una alta necesidad de poder y una baja necesidad de logro. Esta definición podría indicar que un comportamiento emprendedor "ideal" se da en aquellos jóvenes que tienen una alta necesidad de logro y una menor necesidad de poder.

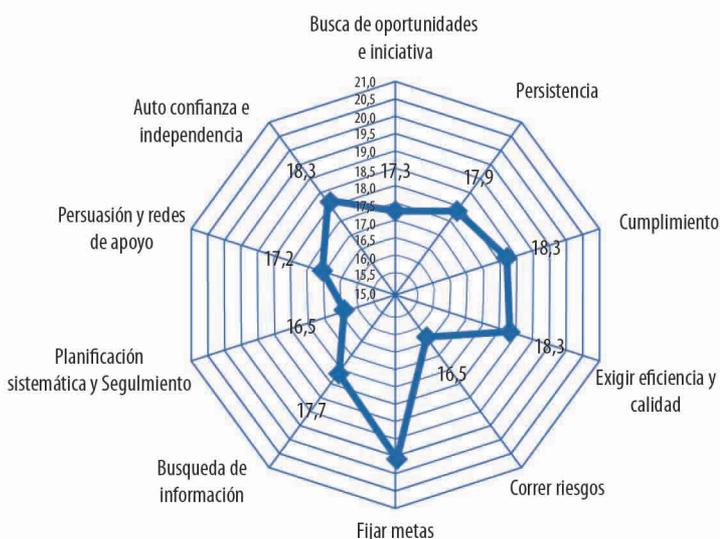
Dicha necesidad de logro va acompañada de diez atributos: búsqueda de oportunidades e iniciativa, autoconfianza e independencia, persistencia, cumplimiento, exigir eficiencia y calidad, búsqueda de información, planificación sistemática y seguimiento, fijar metas, persuasión y redes de apoyo y correr riesgos. En el desarrollo de su estudio, el grupo de investigadores de la Universidad del Rosario analizó en profundidad cada uno de estos atributos.

## Los resultados en cifras

### El emprendimiento y los jóvenes estudiantes:

El primer análisis (ver gráfica) presenta los resultados generales del estudio en función de los tres programas de pregrado de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario. En una escala de calificación del 1 al 21 para los diez atributos, el promedio del total fue de 17,78, y en términos de distribución, los tres atributos que obtuvieron una calificación alta fueron: fijar metas, con 19,68; exigir eficiencia y calidad, con 18,32; y cumplimiento, con 18,28. En contraste, las tres calificaciones más bajas correspondieron a planificación sistemática y seguimiento, con 16,53; correr riesgos, con 16,48; y persuasión y redes de apoyo, con 17,21.

### Perfil emprendedor de los Jóvenes Universitarios





**Microsoft®**

Fuente: El Imparcia, Periódico de nuestra comunidad, 2012  
<http://elimparcia@news.com>

Para interpretar estos resultados hay que remitirse a la pregunta principal de este estudio: ¿los estudiantes de pregrado de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario tienen un comportamiento emprendedor? Además, es necesario tener en cuenta las hipótesis básicas de McClelland. Esto permite concluir que no se puede presentar una posición absoluta en concordancia con los parámetros de comportamiento emprendedor “ideal” expuestos por dicho autor.

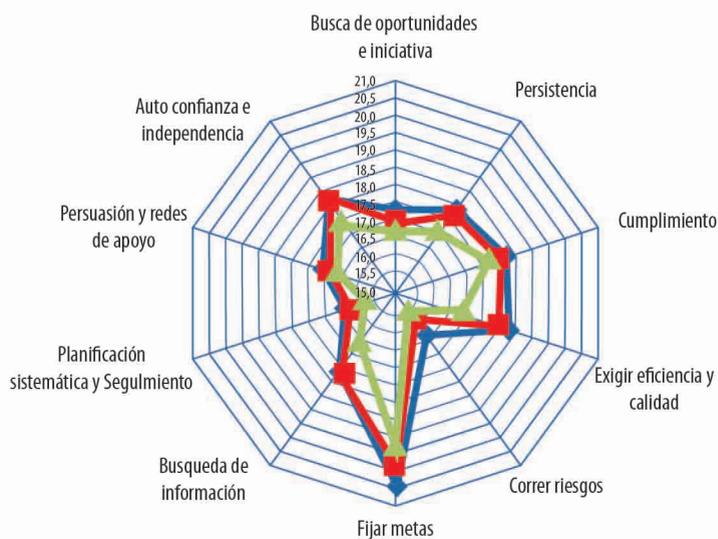
No obstante, tres de los cinco atributos analizados estuvieron por encima del promedio, y el atributo de “búsqueda de oportunidades e iniciativa” varía por pocas décimas en ciertos casos. Según esto, se puede afirmar que un gran porcentaje de la población de estudiantes seleccionados en la investigación muestra un comportamiento emprendedor, aunque también es claro que existen retos importantes, como la creación de estrategias que permitan fortalecer los atributos de “correr riesgos” y de “planificación sistemática y seguimiento” en los jóvenes emprendedores. Este punto resulta vital en un país como el nuestro, donde los nuevos negocios pocas veces son resultado de procesos formales de identificación de oportunidades y, por el contrario, surgen de la necesidad de empleo, lo cual puede afectar la consecución del éxito.

### La edad y el espíritu de emprendimiento:

en la primera clasificación por edades, que se encuentra entre los 16 y los 18 años, el promedio es de 18,15. Los tres atributos con mayor calificación fueron: fijar metas, con 20,52; exigir eficiencia y calidad, con 18,78; y cumplimiento, con 18,51. A su vez, los tres con menor calificación fueron: planificación sistemática y seguimiento, con 16,84; correr riesgos, con 17,09; y persuasión y redes de apoyo, con 17,52.

### Clasificación por rango de edad

- CCE - Estudiantes entre 16 y 18 años
- CCE - Estudiantes entre 19 y 21 años
- ▲— CCE - Estudiantes entre 19 y 21 años



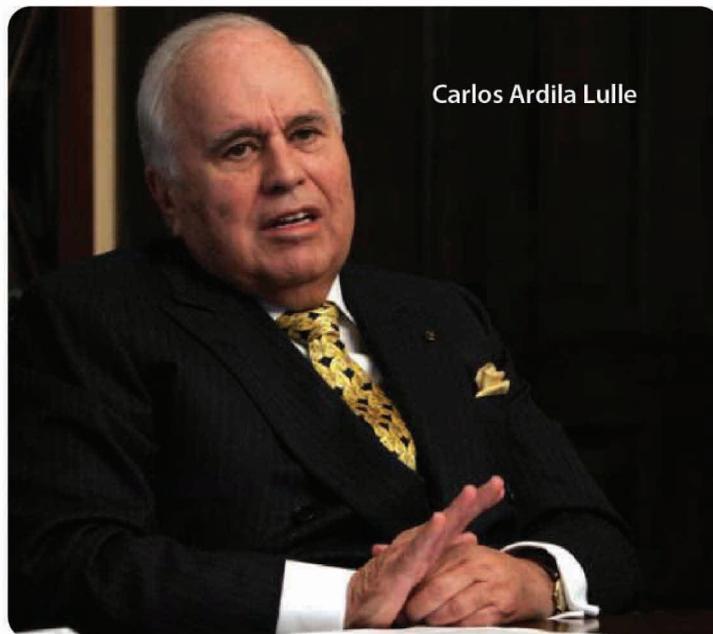
Para el segundo rango de edades, entre los 19 y los 21 años, los resultados muestran un promedio de 17,82. Los tres atributos con mayor calificación fueron: fijar metas, con 19,59; cumplimiento, con 18,27; y autoconfianza e independencia, con 17,68. En contraste, los tres con menor calificación fueron: correr riesgos, con 16,41; planificación sistemática y seguimiento, con 16,61; y persuasión y redes de apoyo, con 17,22.

El último rango de edades, clasificado entre los 22 y los 25 años, presenta un promedio de 17,09. Los tres atributos con mayor calificación fueron: fijar metas, con 18,84; exigir eficiencia y calidad, con 18,78; y cumplimiento, con 18,51. A su vez, los tres con menor calificación fueron: planificación sistemática y seguimiento, con 15,73; correr riesgos, con 15,98; y búsqueda de oportunidades e iniciativa, con 16,61.

Estos son, tal vez, unos de los resultados más interesantes de toda la investigación, porque dejan planteados muchos interrogantes. Como se observa, a medida que aumentan las edades de los estudiantes, los atributos en general se atenúan mucho más. Esto quiere decir que, al menos en este caso, existe una relación directamente proporcional entre la edad de los estudiantes, su desarrollo académico y su perfil emprendedor. En otras palabras, pareciera que a medida que el estudiante construye en su interior una mayor estructura, también adquiere más capacidad para valorar de una manera diferente las situaciones y el mundo que lo rodea.

Otro análisis se refiere al atributo que mantuvo la menor calificación en la investigación: “correr riesgos”. A medida que los estudiantes crecen, su disposición para asumir riesgos disminuye. En este sentido, se podría afirmar hipotéticamente que los estudiantes fortalecen su comprensión acerca de las posibles consecuencias de esos riesgos, los cuales afectarían el proyecto de vida que ya han venido consolidando. No obstante, para validar esta afirmación sería necesario desarrollar alguna herramienta cualitativa que pudiese determinar la relación causal entre la poca disposición para asumir riesgos y el aumento de la edad de los estudiantes.

Desde la perspectiva del “ser emprendedor”, se manifiesta el punto de mayor preocupación, pues los atributos, en vez de acentuarse, se atenúan,



Carlos Ardila Lulle

A través de la historia, los grandes empresarios exitosos han tenido algo en común: pocas veces han sido los inventores del producto o servicio.

es decir, que a medida que el joven se hace mayor y su experiencia con el mundo se amplía, se reducen los atributos que facilitarían su desempeño como potencial emprendedor.

En términos generales, parece que el proceso académico de formar emprendedores falla en algún punto. Es posible que las actividades de formación en emprendimiento no estén impactando de manera adecuada en la población o que el miedo a correr riesgos sea tan marcado que menoscabe los demás atributos. También puede ocurrir que los estudiantes se proyecten como empleados para empresas de terceros. Cualquiera de las conclusiones expuestas en este artículo requeriría un análisis más profundo y detallado.

### La relación familiar y el emprendimiento:

para realizar el análisis en este aspecto, se establecieron dos tipos de clasificación: primera: estudiantes que tienen familiares cercanos empresarios (padres, tíos, hermanos, etc.), y segunda: estudiantes cuyos familiares no tienen esta condición. Para el primer caso, el promedio fue de 17,84, y en cuanto a la distribución de los atributos, los tres que obtuvieron una calificación alta fueron: fijar metas, con 19,77; exigir eficiencia y calidad, con 18,43; y autoconfianza e independencia, con 18,31. Las calificaciones más bajas correspondieron a: correr riesgos y planificación sistemática y seguimiento, con 16,56; y persuasión y redes de apoyo, con 17,29.

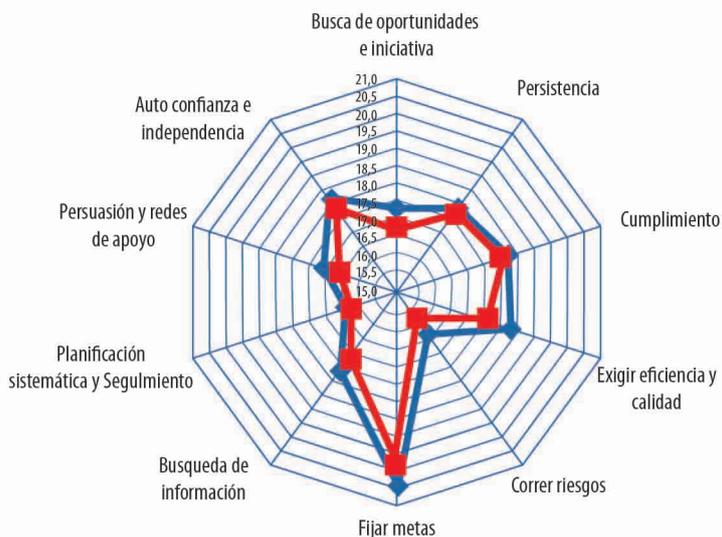
Con respecto a los estudiantes que no tienen familiares empresarios, el promedio fue de 17,43. Los atributos con calificación más alta fueron: fijar metas, con 19,18; cumplimiento, con 18,26; y autoconfianza e independencia, con 17,96. En contraste, las calificaciones más bajas



correspondieron a: correr riesgos, con 16,04; planificación sistemática y seguimiento, con 16,40; y persuasión y redes de apoyo, con 16,80.

### Clasificación por relación familiar

—●— CCE - Estudiantes entre 16 y 18 años    —■— CCE - Estudiantes entre 19 y 21 años



Estos análisis permiten deducir que, aunque existe una sutil diferencia entre quienes tienen familiares empresarios y quienes no los tienen, la construcción general de los perfiles es bastante similar, tanto para las calificaciones altas como para las bajas.

Aunque tener o no familiares cercanos vinculados al mundo empresarial podría influir en la decisión de ser empresario, en este caso parece no afectar en gran medida la definición del perfil del joven emprendedor.

Si no inventamos el automóvil volador, la vacuna contra el VIH o un enderezador de bananos, entonces pensamos que no hay una oportunidad creativa e innovadora a la mano.

## Los retos del futuro

De acuerdo con los resultados de la investigación, tres de los cinco atributos fundamentales asociados al emprendimiento tienen un alto nivel de desarrollo, lo cual indica que sí existe un perfil emprendedor en una buena parte de la población universitaria. No obstante, este se ve fuertemente afectado por la dificultad para “correr riesgos”, atributo que, como se dijo anteriormente, registró la calificación más baja de todo el estudio. Por lo tanto, habría que crear herramientas especiales para fortalecerlo, pues resulta esencial en el proceso de consolidación de empresas en ambientes hostiles como el colombiano.

El principal miedo para los emprendedores de negocios radica en saltar de la tranquilidad de ser empleado hacia el difuso, pero prolífero, mundo del emprendimiento de negocios.



Julio Mario Santo Domingo

# FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

Conoce más acerca del programa de Administración en: [www.urosario.edu.co](http://www.urosario.edu.co)



**Jóvenes Emprendedores:  
¿nacen o se hacen? - Grupo de Investigación  
en Perdurabilidad Empresarial -GIPE-  
Facultad de Administración**

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** CAMTEC - Cambio Tecnológico e Innovación Estratégica.

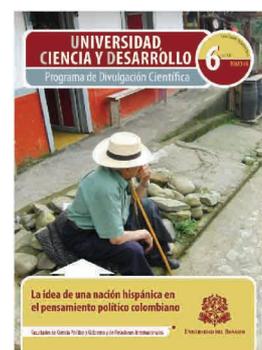
**Decano de Facultad:** Liliana Gomez **Director del grupo de Investigación:** Leonardo Pineda **Investigadores:** Sergio Andres Pulgarin. **Asistentes de Investigación:** Christian Guevara, Camilo Sanchez, Mauricio Mayorga, Karen Peña, María Fernanda Parga, Leidy Hernandez **Correos:** sergio.pulgarin@urosario.edu.co

Para profundizar en estos temas,  
consulte la página web:

<http://www.urosario.edu.co/investigacion>

Esperamos el  
próximo  
fascículo

Junio 12 de 2012



**Rector:** Hans Peter Knudsen Q. **Vicerrector:** Alejandro Venegas F. **Síndico:** Carlos Alberto Dossman M. **Secretaria General:** Catalina Lleras F. **Gerente Comercial y de Mercadeo:** Ana María Restrepo F. **Director del Programa de Divulgación Científica y Director del Centro de Gestión del Conocimiento:** Luis Fernando Chaparro O. **Jefe de Mercadeo:** Margarita Rivera V. **Jefe de Comunicaciones:** Luis Eduardo Mateus P. **Gerente del Programa de Divulgación Científica:** Margarita María Rivera V. **Profesional del Programa de Divulgación Científica:** Fabián Gerena R. **Periodista Científica:** Paola Martínez O. **Diseño y Diagramación:** [www.nizo.com.co](http://www.nizo.com.co) **Corrección de Estilo:** Diego Riaño **Impresión OP Gráficas Pre-prensa y circulación:** El Tiempo.

ISSN 1909-0501



9 771909 050001 00001