

1-1-2010

Aproximación a la definición del término de emprendimiento en Colombia, desde una perspectiva multidisciplinar a partir de cuatro autores

Sandra Bolena Morales Espitia
Universidad de La Salle, Bogotá

Carlos Obed Peinado Parra
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Morales Espitia, S. B., & Peinado Parra, C. O. (2010). Aproximación a la definición del término de emprendimiento en Colombia, desde una perspectiva multidisciplinar a partir de cuatro autores. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1034

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**APROXIMACIÓN A LA DEFINICIÓN DEL TÉRMINO DE
EMPRESARIADO EN COLOMBIA, DESDE UNA
PERSPECTIVA MULTIDISCIPLINAR A PARTIR DE CUATRO
AUTORES**

**SANDRA BOLENA MORALES ESPITIA
CARLOS OBED PEINADO PARRA**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

BOGOTÁ

2010

**APROXIMACIÓN A LA DEFINICIÓN DEL TÉRMINO DE
EMPRESA EN COLOMBIA, DESDE UNA
PERSPECTIVA MULTIDISCIPLINAR A PARTIR DE CUATRO
AUTORES**

**SANDRA BOLENA MORALES ESPITIA
CARLOS OBED PEINADO PARRA**

Monografía para optar por el título de Administrador de Empresas

**Director
JORGE GÁMEZ GUTIERREZ
PH D (c)**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
BOGOTÁ
2010**

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá 5 de octubre de 2009

He comprobado durante todo mi vida lo que significa tener un ángel guardián, aquel ser maravilloso que desde el día de mi gestación como ser humano se propuso la no fácil misión de traerme a la vida y darme todo de si, tu mamita hermosa, guerrera incansable, luchadora sin fin, hermosa como ninguna. A ti Luz Gloria Parra Sierra, madre de madres, dedico todos mis logros pasados, presentes y futuros.

Carlos Obed Peinado Parra

Después de pensar el orden de las personas a quienes van dirigidos todos mis esfuerzos y logros han quedado así pero no porque unos sean más importantes que otros pues todos están en el mismo lugar que es el primero y único: Dedico este trabajo a Manuel y Cesar mis hermanos, que sea este el momento oportuno para decirles que ellos son las personas que me han motivado a ser mejor cada día para retribuirles con mi apoyo y presencia lo que hayan hecho por mi y luego obviamente a mis padres Luis Alberto y Esther quienes me han brindado su apoyo y comprensión y quienes sé que se sentirán aún más felices que yo misma por obtener mi título profesional después de estos seis años de búsqueda y trabajo continuo.

Sandra Bolena Morales Espitia.

AGRADECIMIENTOS

Los autores del trabajo de grado quieren agradecer sinceramente y de todo corazón a DIOS, pues sin su infinita bendición y bondad no hubiese sido posible el desarrollo y surgir de nuestras vidas. Al profesor JORGE GAMEZ GUTIERREZ, Facultad de Administración de Empresas, gran docente, excelente profesional y siempre dispuesto a brindarnos muy amablemente asesoría, guía y apoyo durante el desarrollo de nuestra opción de grado y al profesor HUGO LEONARDO PABÓN PÉREZ, Facultad de Administración de Empresas, por su disposición y amabilidad al momento de asesorarnos.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
2. PROBLEMA.....	9
2.1. PLANTEAMIENTO	9
2.2. FORMULACIÓN	10
3. OBJETIVOS	11
3.2. OBJETIVO GENERAL	11
3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
3.4. RESULTADOS ESPERADOS	11
3.4.1. Campo administrativo	11
3.4.2. Campo académico	11
3.4.3. Campo empresarial	12
4. JUSTIFICACIÓN	13
4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA – ADMINISTRATIVA	13
4.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	13
4.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	13
5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	14
5.1 Tipo de investigación documental	14
5.1.1 Estado del arte	14
6. CONTEXTO.....	16
7. MARCO TEÓRICO	28
7.1 MARCO CONCEPTUAL.....	29
7.2 MARCO DE REFERENCIA	30
7.2.1 Biografías	30
7.3 APORTE DE LOS AUTORES.....	36
7.3.1 JUAN ANTONIO MORIANO LEON “PSICOLOGÍA”	36
7.3.2 PATRICIA THORNTON “SOCIOLOGÍA”	48
7.3.3 MICHAEL PORTER “ADMINISTRACIÓN”	51
7.3.4 JOSEPH ALOIS SCHUMPETER “ECONOMÍA”	60
8. CONCLUSIONES	71
9. RECOMENDACIONES.....	74
10. BIBLIOGRAFÍA	77

LISTA DE TABLAS

Tabla No. 1 Tipos de emprendedores.....	15
Tabla No. 2 Emprendimiento en diferentes idiomas.....	16
Tabla No. 3 Clasificación de las motivaciones de los emprendedores.....	20
Tabla No. 4 Concepto de emprendedor a nivel mundial.....	34
Tabla No. 5 Características de la conducta emprendedora.....	34
Tabla No. 6 Evolución histórica de la conducta emprendedora.....	36
Tabla No. 7 Tipos de emprendedor.....	38
Tabla No. 8 Características individuales del <i>intraemprendedor</i>	57
Tabla No. 9 Coincidencias entre los autores.....	67
Tabla No. 10 Desarrollo y complemento de las áreas.....	68
Tabla No. 11 Contribución de las disciplinas al estudio del emprendimiento.....	72

LISTA DE GRÀFICOS

Gráfico No.1 Actores del entorno externo empresarial.....	18
Gráfico No. 2 El emprendimiento en la sociedad.....	19
Gráfico No. 3 Intención trayectos profesionales.....	42
Gráfico No. 4 Intención emprendedora por género.....	42
Gráfico No. 5 Modelo Teórico de la Intención Emprendedora.....	45
Gráfico No. 6 Ámbito Competitivo.....	52
Gráfico No. 7 Estrategia de penetración.....	56
Gráfico No. 8 Modelo de creatividad.....	65
Gráfico No. 9 Complemento de las escuelas.....	68
Gráfico No. 10 Surgimiento Del Emprendedor.....	69

RESUMEN

Debido a la falta de oportunidades y desarrollo laboral en el mundo entero se presenta como alternativa el emprendimiento; término últimamente muy utilizado pero poco tratado a profundidad, el emprendimiento tiene ya varias apreciaciones vistas desde múltiples disciplinas pero no se ha presentado hasta el momento una definición consolidada para que a su vez se den más alternativas o estrategias para aprovecharlo en su máxima expresión.

Por lo anterior este trabajo pretende dar una definición aproximada clara del término de emprendimiento desde un punto de vista multidisciplinar donde se presentarán aportes teóricos de diferentes escuelas para estudiar sus orígenes, como se complementan y en que se diferencian y dar un nuevo aporte que beneficie las futuras investigaciones realizadas por el cuerpo docente y estudiantil de la Universidad de La Salle quienes dentro de este contexto juegan un papel fundamental ya que toman la figuras de emprendedores personas capaces de observar y aprovechar oportunidades que el resto de la sociedad asume como problemas pero que necesitan esta información como soporte para sus proyectos.

Se presentarán a su vez las recomendaciones pertinentes para que a través de la academia se incentive el emprendimiento en la población futuro del país para encontrar nuevas oportunidades de negocio para generar ya sean nuevas empresas o nuevos productos que contribuyan al desarrollo de la nación.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento, emprendedor, academia, desarrollo, población.

ABSTRACT

Due to the lack of opportunities and workforce development throughout the world provides an alternative entrepreneurship; term widely used recently but little attention to depth, the venture has already seen a number of findings from multiple disciplines but has not so far submitted a definition consolidated so that in turn give more alternatives or strategies to use it at its best.

For these reasons this work is to provide a clear definition of the term about entrepreneurship from a multidisciplinary perspective which will be presented theoretical insights from different schools to study their origins, as they complement and where they differ and make a new contribution that benefits the Future research by faculty and students of the University of La Salle who in this context play a critical role as entrepreneurs take the figures of people able to observe and exploit opportunities as the rest of society takes as problems but need information as a support for their projects.

Turn be submitted to the appropriate recommendations for consideration by the academy will encourage entrepreneurship in the country's future population to find new business chance to generate either new companies or new products that contribute to the development of the nation.

Keywords

Entrepreneurship, entrepreneur, academy, development, population.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia las sociedades del mundo entero han atravesado períodos de progreso y de cambio en su entorno velozmente. Actualmente a nivel suramericano existen naciones más desarrolladas que otras¹ y esto se debe principalmente a su adaptación frente a los retos de la globalización, fenómeno que en nuestro país a presentado serios problemas de desempleo y estancamiento social.

Ante tal problemática que desde hace varios años se presenta en el país, la creación de empresa surge como una opción viable que han visto cientos de colombianos para generar ingresos y mejorar su calidad de vida; a partir de esta iniciativa se hace más fuerte el término de emprendimiento y también la necesidad de su estudio para acercarnos a un concepto más claro y sustentado de lo que realmente motiva a los emprendedores de nuestro país.

El presente trabajo tiene como objetivo recopilar y analizar información sustentándonos con los aportes teóricos de cuatro importantes autores desde el punto de vista administrativo (Porter), económico (Schumpeter), sociológico (Thornton) y psicológico (Morian) y así poder profundizar este concepto, identificar las principales características que posee el emprendedor en sus diferentes roles sociales y su aporte al desarrollo y economía nacional.

Pretende ser un aporte bibliográfico para futuras consultas del tema en estudio, en donde se pretende llegar a una definición de emprendimiento que permita explicar la realidad colombiana, vislumbrando porque los individuos adquieren actitudes emprendedoras y que impacto positivo o negativo generan en la sociedad.

¹ Según el informe (2008) de clasificación de países que anualmente expide el PNUD y que mide el índice Desarrollo Humano más alto a nivel mundial, indica que Chile es nación más desarrollada en cuanto a Suramérica se refiere ubicada en el puesto 40 por encima de argentina que está en el puesto 46 y Uruguay puesto 47 respectivamente.

1. TEMA

Aproximación a la definición del término de emprendimiento en Colombia, desde una perspectiva multidisciplinar a partir de cuatro autores.

1.1. LÍNEA

Gestión, administración y organizaciones

1.2. SUBLÍNEA

Economía y sociedad

1.3. RELACIÓN CON ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El concepto de emprendimiento se relaciona de manera académica con la programa de administración de empresas porque está contemplada dentro de las líneas generales de investigación trabajadas en la facultad de la Universidad de La Salle adicionalmente los aportes que se generen en el presente trabajo quedarán como fuente de consulta para las diferentes investigaciones que se lleven a cabo por parte del Centro de desarrollo de empresas de familia CEDEF ya que este promueve el emprendimiento procurando el conocimiento, la creación y la gestión de empresas de familia.

Por otra parte la relación profesional se basa en la acogida que tiene últimamente el término de creación de empresa pues teniendo en cuenta la situación actual del país y también los objetivos de la administración cada profesional en el área debe tener los conocimientos y capacidades necesarias y suficientes para generar empresa y por consiguiente empleo para sí mismo y para la comunidad aportando así desarrollo para las personas y para la nación.

1.4. TÍTULO

Aproximación a la definición del término de emprendimiento en Colombia, desde una perspectiva multidisciplinar a partir de cuatro autores.

2. PROBLEMA

2.1. PLANTEAMIENTO

Debido a la falta de caracterización del término de emprendimiento, se han generado una serie de interpretaciones que no llegan a satisfacer de manera metodológica y practica a una sociedad en auge y creciente como lo es la colombiana, y a su actual acogida dentro del mundo empresarial.

Sorprendentemente somos, según un estudio hecho por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)², uno de los países a nivel mundial con mayor índice de creación de empresas, con personas entre 18 y 64 años involucradas en este proceso. Sin embargo, según este mismo estudio, se percibe un empeoramiento en el desarrollo de emprendimiento de calidad, lo cual traduce un mayor porcentaje de cierre de empresas, lo anterior, debido a esa falta de conocimiento de lo que realmente significa ser emprendedor-empresario en Colombia. (Revista Dinero.com, 2009)

Es así, que se hace necesario presentar una definición multidisciplinar desde la teoría de cuatro autores, que contemple aspectos desde diferentes ramas de estudio como lo son la Administración, la Economía, la Sociología y la Psicología.

Bajo esta premisa y siguiendo el lineamiento de investigación propuesto se busca presentar un aporte sustancial al tema de emprendimiento en Colombia, para desarrollar nuevas técnicas de trabajo y entender el porqué surge como alternativa y como factor de desarrollo para el país.

² El GEM surgió por iniciativa del London School Of Economics en 1999, hoy en día el GEM nos permite comparar y tomar decisiones sobre el tema de emprendimiento. (Revista Dinero.com 2009).

2.2. FORMULACIÓN

¿Qué aportes se generan a partir de las teorías administrativa, económica, sociológica y psicológica para el tema de emprendimiento en Colombia? y ¿Por qué se dificulta la caracterización de emprendedores en Colombia?

3. OBJETIVOS

3.2. OBJETIVO GENERAL

Describir y analizar los conceptos que permiten explicar y predecir la intención de emprender y crear empresa desde un enfoque multidisciplinar a partir de cuatro autores.

3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la evolución y desarrollo de los conceptos emprendedor y emprendimiento, y las diferentes aproximaciones desde las ciencias sociales a sus significados.
- Estudiar las motivaciones de los emprendedores para la creación de empresa.
- Determinar las principales dificultades que perciben los emprendedores para fundar negocios.
- Definir el concepto de emprendedor desde una perspectiva multidisciplinar.
- Elaborar el estado del arte correspondiente para el término de emprendimiento.

3.4. RESULTADOS ESPERADOS

3.4.1. Campo administrativo

Se pretende identificar claramente la relación existente entre emprendimiento y desarrollo en el contexto colombiano para a su vez encontrar patrones de comportamiento y teorías definidas que contemplen este término.

3.4.2. Campo académico

Se quiere que el documento final de la investigación sirva como material bibliográfico de consulta y apoyo para la comunidad académica de la universidad

que contempla a los estudiantes, docentes e investigadores que realicen trabajos relacionados con el tema de emprendimiento.

3.4.3. Campo empresarial

Lo que se busca con esta investigación es ahondar en el término de emprendimiento y estudiarlo en el contexto colombiano para esclarecer su relación con el desarrollo económico y social de nuestra población.

4. JUSTIFICACIÓN

4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA – ADMINISTRATIVA

Esta investigación propone una definición a partir de diferentes enfoques teóricos que sustente los avances académicos en creación de empresa y solución de problemas del entorno colombiano con respecto al fenómeno de emprendimiento. Y que sirva como aporte teórico para la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle.

4.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Este documento nació a partir de la tesis doctoral titulada *perfil del emprendedor y creación de empresa* del profesor Jorge Gámez Gutiérrez, docente adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. Como estado del arte pretende llevar a la práctica la metodología de estado del arte de manera rigurosa en un tema principal para la Universidad y su horizonte de sentido principal: la investigación.

4.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El presente trabajo será una herramienta para los investigadores de la Universidad de La Salle que les servirá como material de consulta y apoyo para generar o sustentar conocimientos e ideas del tema de emprendimiento.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Tipo de investigación documental

La investigación documental “*consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio*” (Bernal, 2000, p.110)

5.1.1 Estado del arte

Dentro de la investigación documental se encuentran las investigaciones llamadas estados del arte “*las cuales se caracterizan por abordar problemas de carácter teórico y empírico, y que son relevantes de un tema objeto de estudio*” (Bernal, 2000, p, 111)-

“Los estados del arte son estudios cuyo propósito es mostrar el estado actual del conocimiento en un determinado campo o tema específico” (Bernal, 2000, p. 111).

De acuerdo con la descripción anterior el tema de investigación está situado dentro de esta categoría ya que es de naturaleza teórica y busca recopilar, analizar, comparar, criticar, proponer y consolidar nuevas ideas acerca del tema de emprendimiento y la creación de empresa.

Así mismo, se sigue un lineamiento netamente teórico mediante el cual se presentan en contexto diferentes componentes del término emprendimiento, que llevaran al lector a sumergirse de manera sencilla y explícita a través de conceptos y características propias del término, que explican de manera detallada las cualidades y calidades que debe poseer un emprendedor-empresario.

De esta manera, y después de haberle ofrecido al lector de forma general conceptos concretos del emprendimiento, se da paso al núcleo de la investigación (Marco Teórico), parte en la cual se investiga, recopila y analiza la información de los cuatro

autores propuestos, para poder llegar de forma ordenada y con ideas claras de lo que puede ser una nueva propuesta para la falta de caracterización del término de emprendimiento en Colombia.

Es conveniente aclarar que la selección de los cuatro autores se debe a la relevancia y actualidad de sus aportes teóricos, que así mismo están muy ligados al emprendimiento directa o indirectamente, siendo reconocidos a nivel mundial como maestros en diferentes estudios que mediante sus escuelas de Psicología, Sociología, Administración y Economía, que permiten ampliar el marco teórico de la investigación desarrollada a lo largo del trabajo y que son áreas fundamentales contempladas dentro del plan de estudios de Administración de Empresas.

6. CONTEXTO

Para abordar y entender de manera explícita el termino emprendimiento y antes de tomar las teorías de los autores citados, se hace necesario establecer un ruta de conceptos que guiara al lector de forma fácil y sencilla a lo largo del documento, para ello se inicia con la esencia del mismo y la definición del precursor del emprendimiento.

Emprendedor

Según la revista “Innovación y Creatividad Empresarial” la persona emprendedora es aquella que toma la iniciativa para empezar algo, que lo desea, lo visualiza y lo realiza. Los tres componentes son necesarios dado que no se puede ser emprendedor solo con el deseo o solo con la acción, sin saber que se realiza.

Según la ley 1014 de 2006³ el emprendedor es aquella persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Los emprendedores son personas innovadoras y arriesgadas que identifican oportunidades y buscan soluciones a los problemas.⁴

Un emprendedor es la persona que encuentra problemas y los resuelve, se fija objetivos, controla su destino, busca prestigio y reconocimiento, no siempre su fin último es la obtención de beneficios económicos. Gámez, 2008⁵

Ser emprendedor no necesariamente significa ser empresario, pero sí requiere tener iniciativas, motivaciones y creatividad, ver siempre lo bueno e interesante de la vida.

³ Ley por la cual el Gobierno colombiano decreta el fomento a la cultura del emprendimiento, esta contiene 3 capítulos en los que se explica de manera detallada el contenido del decreto.

⁴ Definición obtenida de la revista Gestión y Sociedad, volumen 2, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de Salle Colombia, del artículo publicado en la misma denominado “Jóvenes emprendedores, ¿Cómo son?” por los docentes Jorge Gámez Gutiérrez y Clemencia Navarrete Jiménez.

⁵ Economista. Especialista en Formulación y Evaluación de Proyectos. Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria. DEA (Maestría) en Ciencias Empresariales. Profesor con evaluación de excelencia 2006 y 2007 del programa de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle.

Asimismo, el emprendedor requiere ver todo lo que se presenta como oportunidad y reconocer las limitaciones para superarlas⁶. (Molano, 2009)

Aquel soñador y luchador que arriesga el todo por el todo, en contra de muchos obstáculos y permanentes críticas, sin llegar a desfallecer, defiende a capa y espada sus sueños de vida y progreso. (Definición propia).

Tipos de emprendedores

Se deben tener en cuenta para emprender con éxito las cualidades del individuo como tal y por otro lado las razones que llevan a lanzarse hacia una aventura de la cual no se conoce resultado posible y que a su vez está llena de incertidumbre.

Para los expertos, existe una serie de cualidades que define a cada emprendedor y que tal vez lo lleve al éxito. En la tabla No. 1 se encuentran estas características que están dadas a conocer por sus autores.

Tabla No. 1 Tipos de emprendedores

Moriano y Palací (2003)	Amit (1993)	Lee y Chan (1998)	Cromie y Hayes (1988)	Cámara de Comercio
Vocación	Por atracción (Pull)	Ambicioso (achiever)	Innovadora	Publico
		Trabajador en red (networker)	Dualista	Social
Necesidad	Por empuje (Push)	Trabajador duro (hardworker)	Returns	Privado

Fuente: elaboración propia a partir de Moriano (2005) Gámez y Navarrete (2009)

⁶ El espíritu emprendedor (*entrepreneurship*) va más allá de la creación de una empresa. El reconocimiento de oportunidades, la asunción de riesgos por encima de la seguridad y la tenacidad para implementar ideas innovadoras a pesar de los obstáculos son características de la conducta emprendedora que están cobrando cada día más relevancia dentro del mundo de las organizaciones. (Moriano, Topa y otros)

El emprendimiento ha sido y es objeto de estudio en todo el mundo, por tal razón se presenta el término en diferentes idiomas:

Tabla No. 2 Emprendimiento en diferentes idiomas

Español	Emprendedor	Empresa	Empresario
Alemán	Unternehmer	Unternehmen	Arbeitgeber
Francés	Entrepreneur	Entreprise	Employeur
Inglés	Entrepreneur	Enterprise Company	Employer

Tomado de Gámez (2008)

Perfil del emprendedor

El emprendedor suele tener características especiales que resaltan del resto de personas y que los hace realmente únicos, siendo estas personas las que posean:

- Fuerza vital
- Deseo de superación y de progreso
- Capacidad de identificar oportunidades
- Visión hacia el futuro
- Habilidad creadora e innovadora
- Aceptación y propensión al cambio
- Iniciativa
- Libertad-autonomía
- Capacidad de toma de decisiones con información incompleta
- Confianza en sus facultades
- Actitud mental positiva hacia el éxito
- Capacidad de control
- Compromiso-constancia-perseverancia
- Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos
- Capacidad de realización
- Capacidad de administrar recursos

- Practicabilidad y productividad
- Inconformismo positivo
- Soluciones y no problemas
- Responsabilidad-solidaridad-ética
- Capacidad para integrar hechos y circunstancias
- Liderazgo

Fuente: los autores a partir de Sanabria (2008)

Estas actitudes y aptitudes sumadas al saber planificar son necesarias para crear empresa, ya que el emprendedor es una persona destinada a encontrarse y a vivir múltiples situaciones que incluyen retos, dificultades y logros.

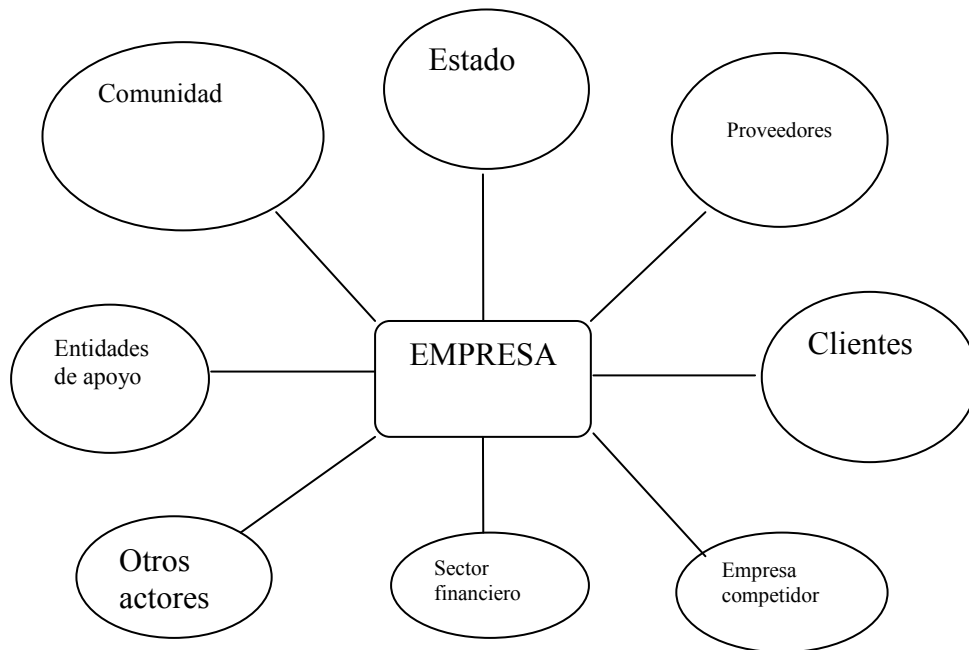
Empresa

Si bien los emprendedores están en todo lado, hay uno que crea empresa⁷, siendo unos de los pioneros en cuanto a generación de empleo se refiere, por tanto se incluye como parte fundamental del empresariado y es aquel que permite al ser humano identificar oportunidades de negocio en su entorno y plantear propuestas empresariales encaminadas a generar rentabilidad.

Por ende, el término empresa⁸ se refiere a la unidad económica productiva que produce y transforma una serie de insumos en bienes y servicios que se comercializan con otras empresas o con personas naturales para a su vez recibir un beneficio económico que termina siendo su principal objetivo y para la cual fue creada.

⁷ Empresa es la realización de nuevas combinaciones, es decir, empresa es el proceso de innovación radical en sí mismo, SCHUMPETER, J. Teoría del desenvolvimiento económico.

⁸ Resultado de la creación o aprovechamiento de una oportunidad que otras personas no ven; implica utilizar de la manera más eficiente unos recursos, construir valor, generar y distribuir beneficios para un individuo, grupo y sociedad.(Gámez, 2008)

Gráfico 1 Actores del entorno externo empresarial

Fuente: elaboración propia a partir de Sanabria (2008).

El Emprendedor y la sociedad

Al hablar de emprendimiento necesariamente se debe contemplar un concepto tan antiguo como lo es la sociedad, para este caso en concreto, es hablar de una agrupación de personas, familias o pueblos que se unen para cumplir un fin determinado mediante la mutua cooperación.

Y es claro que para el emprendedor sería infructuosa toda su motivación creativa de surgimiento si no tuviese un grupo social al cual dirigir todo su esfuerzo innovador ya que no tendría una retroalimentación positiva o negativa.

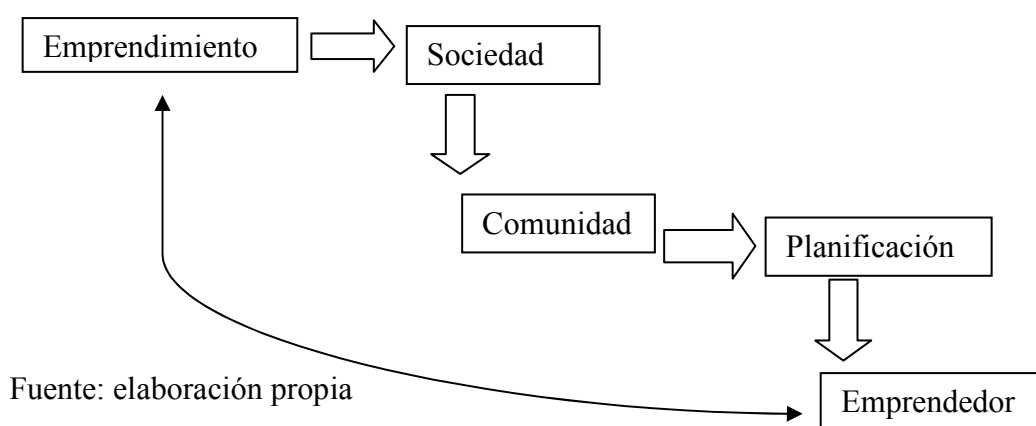
La sociedad

Se le puede llamar sociedad a aquella que tiene un fin determinado, pero para realizar este fin las diferentes comunidades realizan un proceso de planificación local que permite que las actividades realizadas conlleven a un desarrollo y a su vez el mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de sus integrantes. Esta

planificación está encaminada a definir las prioridades del desarrollo para direccionar los recursos de la comunidad de manera equitativa y así concebir los objetivos de desarrollo propuestos, como metas coherentes y reales.

En este punto de planificación dentro de la sociedad el emprendedor juega un papel importante, pues le permite trabajar con prioridades dirigidas al sector o entorno al cual pertenece. El emprendedor debe encajar en cada uno de los territorios de la comunidad para lograr la aceptación de cada uno de sus miembros que a la postre y a futuro serán sus clientes.

Gráfico No. 2 El emprendimiento en la sociedad.



El emprendimiento en Latinoamérica

El emprendedor latinoamericano es aquel hombre joven que crea empresa, joven, de clase media y alto nivel de educación, y en pocos casos mujer. Se puede decir que a nivel suramericano el nivel de creación es bajo en comparación con los países industrializados⁹, según Gamez (2008) a partir de Kantis y otros, 2002).

⁹ El promedio de antigüedad de las firmas latinas es mucho mayor que en los países más industrializados, lo que refleja un escaso ingreso de nuevas compañías al mercado. (Gámez 2008 a partir de Kantis y otros, 2002)

Motivaciones iniciales de los creadores de empresa en algunos países latinoamericanos

Tabla No. 3 Clasificación de las motivaciones de los emprendedores.

Motivaciones	Argentina	México	Perú
Logro personal	87,5	94,7	81,7
Practica de conocimientos	77,7	69,0	82,8
Mejorar ingresos	62,5	79,6	83,9
Contribuir a la sociedad	53,6	55,8	73,1
Ser su propio jefe	48,2	80,5	54,8
Ser adinerado	26,8	36,3	32,3
Ser como un empresario que admiraba	25,0	51,3	40,9

Fuente: Gámez a partir de Kantis y otros (2002).

El emprendimiento en Colombia

Colombia mantiene su TEA (Tasa de Actividad Empresarial) alrededor del 23%, siendo uno de los tres primeros países a nivel mundial, destacando que este dato se sostiene gracias al aumento de los empresarios en actividad por más de tres meses, pero menos de 3,5 años (empresas jóvenes), quienes pasaron de un 12,55%, en el 2006, a un 15,53%, en el 2007.

Esto indica un proceso positivo de sobrevivencia de las empresas durante el primer año de vida, donde se presenta la mayor tasa de mortalidad. Esta señal también se manifestó en la tasa de empresarios con empresas establecidas que pasó de un 10,41% al 11,56%. (GEM Colombia, 2007).

El rol del Estado en el fomento del emprendimiento es:

1. Promover la alianza público-privada académica
2. Facilitar condiciones para el emprendimiento
3. Desarrollar la dimensión local del emprendimiento

La Política de Emprendimiento en Colombia tiene cinco objetivos estratégicos que son:

1. Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
2. Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
3. Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.
4. Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
5. Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

La Política de Emprendimiento se rige bajo la siguiente normatividad

Esta política nace a partir de la necesidad de impulsar y fortalecer la iniciativa de creación de nuevas empresas, teniendo en cuenta que muchas de ellas nacen en la ilegalidad y en su gran mayoría mueren el primer año de haber sido constituidas.

Busca además, apoyar a las Mypimes mediante la obtención si mayores trabas de créditos, y a romper la barreras que les impiden crecer y combatir la informalidad, ya ellas generan, según el Dane, el 70% de los empleos en Colombia.

Por iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo nace esta política para generar institucionalidad y dar acompañamiento al proceso emprendedor, desde la concepción de la su iniciativa, la puesta en marcha de la empresa, su acceso a financiamiento y su internacionalización.

Las siguientes leyes hacen parte fundamental de la Política Nacional de Emprendimiento.

Leyes:

- Ley 344 de 1996. Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones.
- Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Ley 789 de 2002. Artículo 40. Créase el Fondo Emprender.
- Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.
- Decreto 1192 de 2009. Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones
- Decreto 525 de 2009. Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000 y demás normas concordantes.
- Decreto 2175 de 2007. Por el cual se regula la administración y gestión de las carteras colectivas.
- Decreto 4463 de 2006. Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006.

Apoyo al emprendimiento en Colombia

El país busca promover el aumento de la productividad y competitividad de las empresas colombianas productoras de bienes y servicios, propiciando un entorno favorable para el desarrollo de la actividad productiva regional y nacional, a través de la coordinación de acciones conjuntas entre el sector público, privado y académico. Las bases de una plataforma estratégica para la generación y el direccionamiento de políticas para el fomento a la creación y fortalecimiento de empresas en Colombia, se establecen impulsando a la observación de los resultados obtenidos para generar condiciones que desde el gobierno, refiera a la aplicación de

políticas que fomenten, protejan y promocionen la generación de nuevas empresas.
(Muñoz, J)

Entre muchas opciones, el grupo investigador escogió los institutos y corporaciones que tienen más representación en cuanto al servicio que prestan ya sea en instancias financieras y asesorías, permitiendo que los sueños de emprendimiento se hagan realidad.

- Corporación Emprendedores Colombia: Es una corporación sin ánimo de lucro, que tiene como fin agremiar, apoyar y fortalecer jóvenes emprendedores y empresarios de diversos sectores económicos, con el propósito de promover la empresariedad, la gestación y ejecución de proyectos destinados a la sostenibilidad y competitividad de las empresas afiliadas con miras al fortalecimiento a nivel nacional y a su internacionalización, operando bajo una política de compromiso social, responsabilidad ambiental y ética profesional, a partir de la formulación y ejecución de proyectos"
- Parquesoft: Posibilitar un espacio de desarrollo y respaldo para emprendedores de software, que permita incubar empresas de conocimiento, en un ambiente y con un modelo de emprendimiento creado por emprendedores.
- Banko: Servir de medio de comunicación entre inversionistas, oferentes y gestores de proyectos, en el Valle del Cauca
- IncubarFuturo: El objetivo principal de IncubarFuturo es promover y apoyar la creación y consolidación de empresas que mediante la aplicación del conocimiento científico y tecnológico produzcan bienes y servicios competitivos a nivel internacional, generando empleo y valor agregado estables.
- SENA: El Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA, contribuye al desarrollo del emprendimiento en cada una de sus regionales.
- IncubarColombia: es un laboratorio empresarial de última generación, es decir, una fábrica de nuevas empresas. Una fundación sin ánimo de lucro cuyo objeto es servir de complemento a las actividades académicas, docentes

y de investigación de las universidades y centros de investigación para facilitar que tanto profesores como estudiantes hagan tránsito de la teoría a la práctica con sentido empresarial y de autogestión.

- Centro Nueva Empresa: El Centro Nueva Empresa es el área de la Cámara de Comercio de Bogotá, creada para facilitar a los emprendedores Bogotanos, medios concretos que contribuyan a la efectiva y exitosa implementación de nuevas empresas con proyección competitiva, de carácter sostenible, a través de servicios de orientación, formación e instrumentalización.
- Fundación Corona: Contribuye a mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas de menor escala, a través de asesoría y capacitación directa
- Fundación Mario Santodomingo
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: El objetivo de este programa es Desarrollar Cultura Exportadora, facilitando a los jóvenes estudiantes o recién egresados, en ambos casos de programas de educación superior, las herramientas necesarias para la creación de su propia empresa exportadora, las cuales van desde la motivación para la generación de una idea innovadora, hasta la puesta en marcha de la empresa respaldada por un plan exportador.
- Fundaempresa: su Misión es Brindar apoyo a las personas, para que sean parte de la solución a su problema de ingresos fomentando el espíritu empresarial, así como la creación y consolidación de empresas a través de programas de formación empresarial y orientación al crédito.

Universidades frente al Espíritu Emprendedor

Las instituciones académicas de educación superior en Colombia, juegan un papel fundamental en la preparación e incursión al mercado laboral de nuevas propuestas de innovación y desarrollo sostenible que el país requiera, pero por demás, de la gestación de seres humanos capaces de convivir y trabajar por el crecimiento de la sociedad en la cual desarrollara sus capacidades y conocimientos adquiridos a través de varios años de arduo estudio.

Sin embargo, la mayoría de instituciones universitarias se limitan simplemente a dictar cátedras con un fin netamente económico, es decir, desarrollan su actividad buscando un lucro que finalmente es para la cual fueron creadas. Que bueno fuera que en todas las universidad existiera el fomento al emprendimiento dentro del estudiantado como parte integral de su misión, y que desde el primer semestre se estimule el espíritu emprendedor como alternativa de surgimiento empresarial, desarrollo profesional y alternativa de autoempleo e independencia que a su vez se traduce en el desarrollo mismo de un país en todas sus esferas sociales.

7. MARCO TEÓRICO

Pasión por lo nuevo, pasión por la vida y el progreso...

Carlos Peinado y Sandra B. Morales

Este trabajo tendrá como desarrollo teórico los aportes de cuatro autores, cada uno especializado en diferentes disciplinas; en donde bajo sus estudios sobre emprendimiento nos conducirán a una definición real del rol que desempeña el tema en el entorno Colombiano.

Los autores que contribuirán en la definición de emprendimiento propuesta en este trabajo tienen gran relevancia, pues sus investigaciones han influenciado de manera significativa al crecimiento de esta iniciativa, por tal razón consideramos relevante compilar información de cuatro áreas vitales (Psicología, Economía, Sociología y Administración) para el desarrollo de una propuesta multidisciplinar y real del emprendedor colombiano.

Desde la psicología José Antonio Moriano hace un estudio de la conducta emprendedora a partir de diferentes modelos que describen el desarrollo de la intención emprendedora.

En el área de la sociología Patricia Thornton busca dar explicación a los efectos sociales que se presentan a partir del comportamiento de los individuos.

El economista Joseph Alois Schumpeter concebía al emprendedor como una persona fuera de lo común, “extraordinaria” que promovía nuevas combinaciones, o nuevas innovaciones, individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados, además, consideraba fundamental en el crecimiento económico en el Emprendimiento.

Michael Porter, nos orienta mediante una de sus obras reconocidas mundialmente (La Ventaja Competitiva de las Naciones, 1990) en la cual nos dice que la competitividad en cualquier sector de la economía es fundamental para

cualquier proyecto de empresa y su sostenimiento en el tiempo, destacando principalmente la innovación como una de las piezas claves del emprendimiento y la matriz de las cinco fuerzas, que todo emprendedor debería tener en cuenta antes de sumergirse en el complejo mundo de los negocios.

7.1 MARCO CONCEPTUAL

Se hace necesario el conocimiento de términos que tal vez no son muy familiares en el diario vivir del Administrador de Empresas y que son tratados en el presente trabajo, por tal motivo, se rescatan una serie de palabras que consideramos deben ser explícitas.

FEEDBACK: o retroalimentación comunicar en forma verbal o no verbal a otra persona o grupo sobre su conducta y cómo ésta nos afecta. Incluye un componente perceptual (lo que yo observo en la conducta del otro) y un componente emocional (qué sentimientos provoca en mí la conducta observada). Sirve para reflejarle a los demás cuáles comportamientos pueden seguir realizando, dado los efectos positivos que causa sobre los otros, o cuáles modificar o cambiar en función del impacto negativo que ejercen. (Martínez, E. 2005)

EMPRENDEDOR: Se denomina **emprendedor** o **emprendedora** a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Por extensión se emplea este término para designar una “persona que crea una empresa” o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa.

EMPRENDIMIENTO: La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. (Concepto y definición de emprendimiento. 2008)

MOTIVACIÓN: Motivación, en pocas palabras, es la Voluntad para hacer un esfuerzo, por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.

7.2 MARCO DE REFERENCIA

El marco de referencia permite abordar de manera objetiva el tema de emprendimiento desde las cuatro perspectivas de los autores seleccionados para tal fin, obteniendo la más amplia información de sus escritos, siendo ellos y ya mencionados anteriormente, José Antonio Moriano, Joseph Alois Schumpeter, Michael Porter y Patricia Thornton. En principio se presentan las condiciones personales para establecer la ruta de iniciación y estudio de sus teorías, consolidando la información en complementos, semejanzas y diferencias, pasando por el análisis de la información y finalizando con sendas conclusiones y recomendaciones.

7.2.1 Biografías

- a. **Michael E. Porter** es un líder en estrategia competitiva, la competitividad y el desarrollo económico de las naciones, estados y regiones, y la aplicación de los principios de competencia a los problemas sociales como la atención de la salud, el medio ambiente y la responsabilidad de las empresas.

El profesor Porter es reconocido generalmente como el padre de la moderna estrategia de campo, como ha sido identificado en una variedad de clasificaciones y estudios como el mundo del pensador más influyente en la gestión y la competitividad.

Es autor de 18 libros y más de 125 artículos. Recibió una B.S.E. con altos honores en la industria aeroespacial y de ingeniería mecánica de la Universidad de Princeton en 1969, donde fue elegido para Phi Beta Kappa Tau y beta Pi. Él recibió un MBA con

alta distinción en 1971 de la Escuela de Negocios de Harvard, donde fue George F. Baker Scholar, y un doctorado en Economía de la Empresa de la Universidad de Harvard en 1973. Bishop, W. (2007).

- b. **Joseph Alois Schumpeter:** Trest, Moravia, 1883-Salisbury, Connecticut, 1950). Economista y sociólogo austriaco. Inició su formación superior en Viena, en donde fue discípulo de los principales representantes de la escuela austriaca, F. von Wieser y Von Böhm-Bawerk. En 1907 continuó sus estudios en Gran Bretaña. Ministro de Hacienda austriaco (1919), se dedicó principalmente a la enseñanza, siendo profesor en Bonn y Harvard. En 1932 se instaló definitivamente en EE UU.

Su obra es una de las más vastas que se han producido en el siglo XX, con gran influencia en el pensamiento económico y las ciencias sociales en su conjunto. Destacó la influencia de los empresarios, la creación del crédito y la técnica en el desarrollo económico, además de polemizar con el socialismo.

Uno de los conceptos introducidos por Schumpeter que más influencia ha tenido es el de innovación. Según él, existe un estado de no crecimiento, el «circuito» económico, y un estado de crecimiento, la «evolución». El paso del «circuito» a la «evolución» se efectúa por medio de las innovaciones, que constituyen el motor del crecimiento. Joseph Alois Schumpeter. (2004).

- c. **José Antonio Moriano:** Catedrático en la universidad nacional de educación a distancia (UNED) de la facultad de Psicología en Madrid España. Su experiencia profesional viene desde 2005 siendo profesor desde sus inicios hasta la fecha con un cargo de profesor-doctor. Su formación académica esta enmarcada por una licenciatura y posterior doctorado en psicología.

Tiene distintas líneas de investigación pasando desde un estudio de liderazgo en las organizaciones hasta una especialización en psicología industrial. Ha publicado varios artículos especializados en liderazgo en las organizaciones, la

conducto intraemprendedora, la identidad social, el emprendedor universitario, estudio transcultural, el perfil psicosocial del emprendedor entre otros.

Entre su reconocida trayectoria de Publicaciones están:

- Moriano, J. A., Gorgievski, M., & Lukes, M. (2008). Teaching Psychology of Entrepreneurship: Perspective from Six European Countries. Madrid: UNED.
- Ascalon, M. E., & Moriano, J. A. (2008). Corporate Entrepreneurship. In J. A.
- Moriano, M. Gorgievski & M. Lukes (Eds.), Teaching Psychology of Entrepreneurship: Perspective from Six European Countries (pp. 233-253). Madrid: UNED.
- Moriano, J. A., & Gorgievski, M. (2007). Psychology of Entrepreneurship: Research and Education. Madrid: UNED.
- Lisboa, A., Moriano, J. A., & Palací, F. J. (2005). La iniciativa en las organizaciones. Psicología de la Organización. In (pp. 151-181): Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Moriano, J. A. (2005). El perfil psicosocial del emprendedor. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Moriano, J. A. (2004). El estudio psicosocial del emprendedor desde un modelo de intención. Unpublished Tesis, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.

Ha dictado cátedras como docente especializado en los siguientes temas:

Licenciatura en Psicología (UNED):

- Psicología del Trabajo
- Cambio y Desarrollo en la Organización
- Prácticum
- Psicología General
- Historia de la Psicología

Cursos impartidos en el Programa de Doctorado / Máster de Investigación (UNED):

- Perspectiva Psicosocial del Liderazgo en Las Organizaciones
- Psicología del Emprendedor

Trabajos de investigación dirigidos en el Programa de Doctorado / Máster de Investigación (UNED):

- Liderazgo en las Organizaciones
- El Estudio Psicosocial de la Conducta Emprendedora

El Doctor Moriano tiene distintos reconocimientos y premios, estos son algunos de los más importantes:

- 2004. Accesit a la Tesis Doctoral: “El estudio psicosocial del emprendedor desde un modelo de intención”. Premios del Consejo Económico y Social, en su convocatoria correspondiente al año 2004.
- 2003. Ayuda para la realización de una estancia breve en Bulgaria. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD). Bulgarian Academy of Sciences. Institute of Sociology.
- 2002. Ayuda para la realización de una estancia breve en San Diego (EE.UU.). Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD). Entrepreneurial Management Center (EMC). College of Business Administration. San Diego State University (SDSU).
- 2001. Ayuda para apoyar trabajos de campo e investigaciones para la realización de tesis doctorales. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD).
- 2000. Beca en investigación y desarrollo de aplicaciones telemáticas en el campo de la orientación e inserción laboral en la educación a distancia. Centro de Orientación, Información y Empleo (COIE). Vicerrectorado de Alumnos. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

d. **Patricia Thornton:** Profesor Asociado Universidad Estatal de Portland Programa de Estudios Internacionales:

EDUCACIÓN:

- 1997 de la Universidad de California, Berkeley, Ph.D. en Ciencias Políticas.
- 1990 University of Washington, Seattle, MA en Ciencias Políticas

- 1985 Swarthmore College B.A. en Ciencias Políticas

Los cargos académicos que ha desempeñado:

- De 2006 - Profesor Asociado, Programa de Estudios Internacionales, Universidad Estatal de Portland.
- 2004-06 Profesor Asociado de Ciencias Políticas, Trinity College, Hartford, Connecticut,
- 1998-04 Profesor de Ciencias Políticas, Trinity College, Hartford, Connecticut
- 1996-97 Profesor de Idioma Chino y Posadas, Profesor de Ciencia Política, Universidad de Alaska, Sudeste (Juneau)

INVESTIGACIÓN Y NOMBRAMIENTOS ADMINISTRATIVOS

- De 2007 - Director del Instituto de Estudios Asiáticos de la Universidad Estatal de Portland
- 2007 Lee Hsyan Visiting Scholar de la Universidad del Centro de Servicios, Universidad China de Hong Kong
- 2001-02 Director de Programas de Asia, el Trinity College
- 2000-02 Coordinador de Estudios de Asia de concentración, el Trinity College

PUBLICACIONES ARTÍCULOS ENTRE OTROS

- "Political Machines." En George Ritzer, ed., Enciclopedia de Sociología (Londres: Blackwell Publishing, 2006).
- "Grupos de interés en China." En Clive S. Thomas, ed.,
- Guía de Investigación de EE.UU. y grupos de interés internacionales, Praeger Press (2004).
- "Grupos de Interés en Taiwan, ROC" En Clive S. Thomas, ed., Guía de Investigación de EE.UU.

HONORES Y BECAS

- 2007 Lee Hysan Visiting Scholar de Becas de la Universidad del Centro de Servicios, Universidad China de Hong Kong (1 de julio 2007-julio 20)
- 2006-07 Investigador Principal, Consejo Americano de Educación, el Fondo para el Mejoramiento de Post-Secundaria subsidio de educación. "Evaluación Internacional de Aprendizaje".
- 2003-04 Fundación William J. Fulbright New Century Scholar 2001 Trinity College de tres años la Facultad de Investigación de subvenciones del 2000 Trinity College Centro de colaboración para la Enseñanza y la Investigación de subvención 1997-98 Un Wang Post-Doctoral Research Fellowship,
- Universidad de Harvard Fairbank Centro de Investigación de Asia Oriental 1996 -97 Henry Robert Braden de becas (para la disertación por escrito).

7.3 APOORTE DE LOS AUTORES

7.3.1 JUAN ANTONIO MORIANO LEON “PSICOLOGÍA”

Debido a la falta de un concepto ampliamente compartido de emprendedor Moriano encuentra necesario dar un concepto de emprendedor para delimitar su estudio acerca del tema, mostrando como resultado el siguiente cuadro:

Tabla No. 4 Concepto de emprendedor a nivel mundial

FRANCES	INGLES	ESPAÑOL	DESCRIPCIÓN
Entrepreneur	Entrepreneur	Emprendedor	Se aplica a la persona que tiene iniciativa y decisión para emprender negocios o acometer empresas.
Employeur / Patron	Employer/ Owner	Empresario / Patrón	Persona que tiene obreros trabajando a su cuenta
Enterprise	Company / Enterprise	Empresa	Cosa que se emprende o acción en la que hay trabajo o implica dificultades. Organización mercantil o industrial

Fuente: Moriano (2006)

De acuerdo a la información anterior no obstante y pese a las múltiples definiciones encontradas también se pueden identificar las características fundamentales de la conducta emprendedora compartidas por diferentes disciplinas.

Tabla No. 5 Características de la conducta emprendedora¹⁰

<p>1. Identificar oportunidades: conducta básica que caracteriza al emprendedor como la persona que se encuentra constantemente alerta ante nuevas oportunidades de negocio.</p>
--

¹⁰ El emprendedor que asume la creación de empresa: 1. Aprovecha un hueco en el mercado. 2. Usa los resultados de una investigación. 3. Utiliza I + D como ventaja competitiva. 4. Tiene capacidad de acción. (Gámez 2008)

<p>2. Realizar innovaciones: La importancia de no limitarse a imitar lo que otros realizan, sino crear nuevos productos o servicios.</p>
<p>3. Obtener recursos y utilizarlos eficazmente: Para la creación de una nueva empresa la persona no debe preocuparse por tener todo lo que se necesita para su puesta en marcha sin dejar de lado el preocuparse por lograr tanto el capital como los medios para empezar y adicionalmente aprovechar adecuadamente lo que ya posee.</p>
<p>4. Asumir riesgos: Característica esencial que permite diferenciar al emprendedor que arriesga su capital, patrimonio y hasta prestigio del empleado que cuenta con los el apoyo y los recursos de la organización a la que pertenece.</p>
<p>5. Crear una nueva empresa: El acto fundamental del emprendedor es crear una nueva empresa o negocio.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de Moriano (2006).

En conclusión, Moriano con el fin de acogerse a una sola definición que abarque lo anteriormente descrito presenta la definición propuesta por el experto colombiano Rodrigo Varela:

“Emprendedor es la persona que es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha el negocio, que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros. En este proceso de liderazgo creativo, el emprendedor invierte dinero, tiempo y conocimientos, y participa en el montaje y operación del negocio, arriesgando sus recursos y su prestigio personal, pero buscando recompensas monetarias y personales” (Varela, 1998, pág. 63)

Luego de presentar el concepto que delimitaría el estudio Moriano hace una revisión de la evolución histórica del estudio de la conducta emprendedora.

Tabla No. 6 Evolución histórica de la conducta emprendedora

AÑO / ÈPOCA	AUTOR	APORTE
1725	Richard Cantillon	Emprendedor persona capaz de asumir riesgos, por medio de la inversión de su propio dinero en alguna oportunidad de negocio que les permitiera obtener beneficios
Siglo XIX	Jean Baptiste Say	<ul style="list-style-type: none"> • Papel fundamental del emprendedor como gestor y líder tanto de su propia empresa como del mercado. • El emprendedor debe reunir una combinación de cualidades morales, conocimientos y experiencias, como el buen juicio, el conocimiento del entorno, la capacidad de gestión, la experiencia y la disponibilidad de financiación.
1934	Joseph Schumpeter	<ul style="list-style-type: none"> • El emprendedor innova mediante la introducción de nuevos productos o la mejora de productos existentes, mediante la implantación de nuevos métodos de producción, mediante la apertura de un nuevo mercado o incluso mediante la creación de nuevas formas de organización o estructuración de la actividad económica. • Un emprendedor no es un inventor pero puede ser quien explota la invención, ni un capitalista pues el él capitalista quien presta los fondos al emprendedor.
1930	Max Weber	<ul style="list-style-type: none"> • Los emprendedores son innovadores, personas independientes cuyo rol como líderes empresariales constituye una fuente de autoridad formal. • Relaciona el espíritu emprendedor con aspectos religiosos.

1961	David C. McClelland	<ul style="list-style-type: none"> • Comienzo del estudio de los emprendedores desde la psicología. • Estudio de las principales características personales del emprendedor y de los aspectos psicosociales que influyen en el desarrollo de la conducta emprendedora.
------	---------------------	--

Fuente: Elaboración propia a partir de Moriano (2006)

Son diversas las teorías existentes que tratan el tema de los emprendedores¹¹ como las teorías económicas que centran su estudio en los aspectos del entorno que influyen en el proceso emprendedor para producir un determinado beneficio. Las teorías sociológicas que influyen en la creación de nuevas empresas. Las teorías de gestión y administración de empresas que enfocan su análisis en las habilidades del emprendedor para manejar eficazmente los recursos y conseguir así un alto desempeño y por último las teorías psicológicas que estudian tanto las características personales del emprendedor como los aspectos psicosociales que influyen en el desarrollo de la conducta emprendedora. (Moriano, 2006).

Sin embargo Moriano atribuye gran importancia al área de la psicología pues para él esta juega un papel fundamental para comprender la conducta de los emprendedores atribuyendo la creación y éxito de las empresas a las variables psicológicas de los mismos de ahí la búsqueda de definir el perfil descriptivo del emprendedor basado en las motivaciones para emprender, las características de la personalidad del emprendedor, su estilo cognitivo y las actitudes de los emprendedores; esto con el fin de identificar las diferencias individuales entre emprendedores y no emprendedores.¹²

¹¹ El estudio de la conducta emprendedora se caracteriza por ser un campo de investigación plural y multidisciplinar, que estudia tanto las características personales como las actividades empresariales, los efectos económicos y sociales, o incluso los aspectos culturales. (Moriano y Palací, 2006)

¹² El perfil del emprendedor incluye un gran número de variables psicológicas que permiten retratar cómo son los emprendedores a través de la relación entre la motivación de logro y la conducta emprendedora y posteriormente ampliar el estudio sobre las diferencias individuales entre emprendedores y no emprendedores. (Moriano 2006)

Motivaciones para emprender: Aspectos que impulsan a las personas catalogadas como emprendedores.

1. La necesidad de logro: Conseguir objetivos y resultados cada vez más satisfactorios, mejorando constantemente los mismos.
 - Asumir responsabilidades.
 - Afrontar objetivos desafiantes.
 - Buscar Feedback de rendimiento rápido y específico.

2. La necesidad de refugio: Factores ambientales que empujan a las personas a crear su propio negocio. Estos emprendedores se llaman refugiados.
 - Refugiados extranjeros
 - Refugiados por motivos organizacionales
 - Refugiados por motivos familiares
 - Refugiadas
 - Refugiados por motivos educativos

3. Tipología de emprendedores:¹³

Tabla No. 7 Tipos de emprendedor

Moriano y Palací (2003)	Amit (1993)	Lee y Chan (1998)	Cromie y Hayes (1988)
Vocación	Por atracción (Pull)	Ambicioso (achiever)	Innovadora
		Trabajador en red (networker)	Dualista
Necesidad	Por empuje (Push)	Trabajador duro (hardworker)	Returns

(Moriano, 2006)

¹³ Diferentes motivos pueden impulsar a una persona a crear su propia empresa. Por lo que no se debe generalizar y afirmar que todos los emprendedores están motivados por una alta necesidad de logro o por la búsqueda de un refugio que les permita sobrevivir, sino que existen diferentes tipos de motivos que llevan a las personas a desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo. (Moriano, 2006)

Características de personalidad del emprendedor: Aspectos relevantes de los emprendedores que se evidencian en su comportamiento frente a diferentes circunstancias.

1. Disposición a asumir riesgos
 - Riesgo de hundir el barco
 - Riesgo de perder el barco
2. Locus de control: Grado en que un individuo percibe el éxito y /o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo
 - Locus de control interno
 - Locus de control externo
3. Auto eficacia general
4. Creatividad e innovación
5. Proactividad o iniciativa
6. Perseverancia

El estilo cognitivo del emprendedor: el estilo cognitivo del emprendedor hace referencia a la forma preferida por la persona para recoger, procesar y evaluar información. (Morianio 2008, pág. 87)

1. Analítico / sistemático: Deductivo, riguroso, ajustado y crítico
2. Intuitivo / heurístico: Sintético, inductivo, expansivo, espontáneo, divergente, informal, difuso y creativo

Siendo este último el que se acomoda al emprendedor si se tiene en cuenta que deben enfrentarse a diferentes situaciones de su entorno que hacen que deban tomar decisiones de manera rápida para empezar a actuar¹⁴.

¹⁴ Según Moriano (2006), es razonable sugerir que los emprendedores muestran una preferencia por el estilo cognitivo intuitivo ya que se ajusta mejor a las características del entorno en el cual el

Las actitudes de los emprendedores: Las actitudes tienen un papel fundamental para el desarrollo de la intención emprendedora entendida como un estado de ser identificando características únicas del emprendedor que puedan ser identificadas para construir el perfil del emprendedor típico.

1. Logro en los negocios
2. Innovación en los negocios
3. Control personal percibido de los resultados de los negocios
4. Autoestima percibida en los negocios

Luego de hacer la revisión del perfil descriptivo del emprendedor Moriano hace su propio aporte basado en la teoría de la acción planificada por tal razón se mostrará a grandes rasgos en qué consiste esta teoría para poder entender el resultado del estudio de la conducta emprendedora hecho por el autor en cuestión.

La teoría de la acción planificada entendida como el marco teórico que permite explicar la conducta emprendedora a través de la interacción entre los factores personales y sociales involucra tres aspectos que son:

1. La actitud hacia la conducta: Disposición de las personas para realizar alguna actividad.
2. La norma subjetiva: Presión que ejerce el contexto social sobre la persona para que realice alguna actividad.
3. Control percibido: Creencias que tiene la persona de control donde establece si posee o no las capacidades o recursos para llevar a cabo alguna actividad.

emprendedor desarrolla su empresa. Características como la información incompleta, presión temporal, ambigüedad e incertidumbre, adicionalmente los emprendedores prefieren hacer las cosas que pensar sobre ellas.

A partir de esta breve introducción sobre la teoría de la acción planificada¹⁵ que constituye el marco teórico para el estudio de Moriano se presenta el modelo de su autoría llamado Modelo teórico de las actitudes hacia emprender.

El modelo de intención está compuesto a su vez por tres modelos más; que son el modelo de actitud, el modelo de la norma subjetiva y el modelo sobre el control percibido cada uno de estos contempla los aspectos más sobresalientes de la actitud emprendedora resultado del análisis de los componentes del modelo total pero para poder asimilar los resultados se debe revisar la metodología empleada para el estudio.

El estudio hecho por Moriano cuenta con una muestra compuesta por 2.059 estudiantes, 864 hombres y 1.173 mujeres, con edades entre 16 y 30 años, siendo la edad media de 21, el objetivo general del estudio es describir y analizar las variables psicosociales que permiten explicar y predecir la intención de emprender, algunos de los objetivos específicos son identificar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes en los niveles educativos previos a la inserción laboral, analizar las actitudes de los estudiantes hacia la creación de nuevas empresas y el trabajo independiente, clarificar cuales son los valores personales individualistas y colectivistas que inciden en el desarrollo de la intención emprendedora y estudiar cuales son las principales dificultades y obstáculos que perciben dichos estudiantes para crear empresa y trabajar de manera independiente.

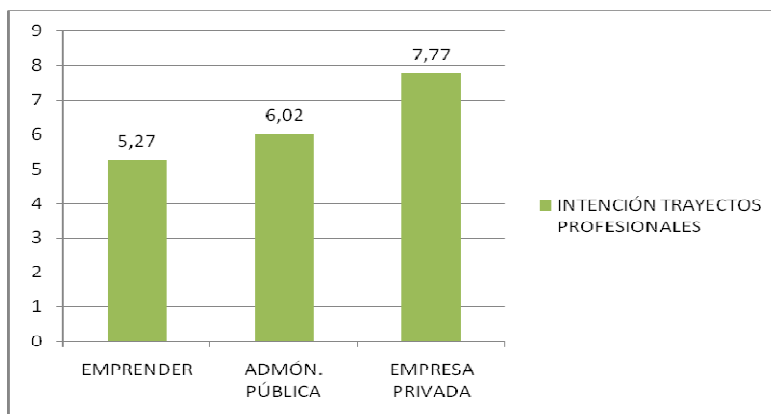
El estudio se divide en cuatro partes la primera es la intención emprendedora, la segunda son las actitudes, la tercera es la norma subjetiva y la cuarta es el control percibido.

La intención emprendedora es la variable fundamental del modelo de intención propuesto por nuestro autor, esto a partir de las siguientes preguntas con sus respectivas respuestas.

¹⁵ También conocida como modelo de la acción razonada, porque asume que los seres humanos son animales racionales que procesan sistemáticamente la información disponible para llegar a una decisión conductual, es decir, las personas utilizan la información de forma razonable para enjuiciar y evaluar sus decisiones, y consideran las implicaciones de sus acciones antes de decidirse a actuar o no de cierto modo. (Moriano 2006 a partir de Ajzen y Fishbein)

- preguntar a los estudiantes cual es su intención de seguir en su vida profesional arrojando en su orden:

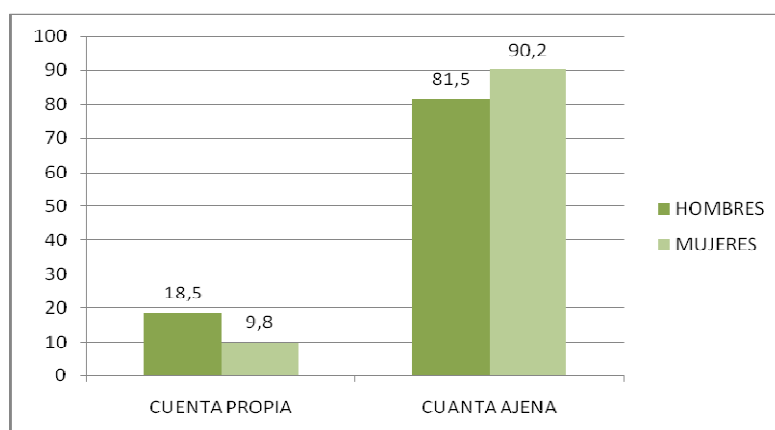
Gráfico No. 3 Intención trayectos profesionales



(Moriano, 2006)

- Diferencia entre hombres y mujeres: como ya se había mencionado anteriormente por lo general las mujeres tienden en menor medida a ejercer papeles emprendedores que los hombres es decir las mujeres muestran mayor intención de ser contratadas por una empresa privada o ingresar a la administración pública.

Gráfico No. 4 Intención emprendedora por género



Tomado de Moriano (2006)

3. Finalizando se hace una clasificación de los sujetos según su intención emprendedora en dos grandes grupos los de alta y baja intención con el fin de analizar las diferentes variables psicosociales a través de la comparación.

Seguimos entonces con el análisis de las actitudes¹⁶; como primer factor se analizó la actitud general hacia el autoempleo que a su vez se compone de dos factores que se refieren al fomento del autoempleo a diferentes niveles al nivel gubernamental (AG) y a nivel personal (AP) entendidos como la responsabilidad del gobierno de impulsar el autoempleo y a que las personas deban conseguir o buscar oportunidades para la creación de nuevas empresas respectivamente, mostrando una relación más positiva de las personas con alta intención emprendedora hacia la ayuda del gobierno que aquellas de baja intención.

El segundo ítem son las funciones actitudinales del autoempleo dentro de las cuales se destacan la innovación y desarrollo personal (ID, el autoempleo incentiva la creatividad), el estatus sociolaboral es decir la posición que puede llegar a ocupar el emprendedor dentro de la sociedad. Contribuir a la comunidad (CC) ya que el autoempleo genera desarrollo económico para los países generando a su vez empleo para otros y la responsabilidad en el trabajo (RT) factor aliciente para el emprendedor en el desarrollo de sus labores.

El tercer aspecto tratado son las actitudes hacia dominios específicos relacionados con el autoempleo donde se encontraron los siguientes factores nombrados de acuerdo al grado de importancia dado en las personas emprendedoras que son: el logro profesional (LP), innovación en el trabajo (IT), independencia laboral (IL), cambio con riesgos (CR) y por último la iniciativa en el trabajo (INI).

¹⁶ En el contexto de la psicología social, la actitud es definida como la predisposición a responder de una forma generalmente positiva o negativa con respecto al objeto de actitud (Moriano, Trejo y Palaci)

La Norma Subjetiva

La norma subjetiva hace referencia a la influencia de aquellas personas relacionadas con el emprendedor por esto la pregunta clave para el análisis de esta parte para los estudiantes de la muestra fue: ¿Cómo creían que influirían personas cercanas si decidieran crear su propia empresa? arrojando como resultado en primera medida la división de esas personas en dos que son el núcleo familiar donde se contemplan padres hermanos y cónyuge y el segundo grupo formado por los compañeros, profesores y amigos. Donde respectivamente piensan los estudiantes que recibirían un mayor apoyo por parte del primer grupo que del segundo. Quedando distribuidos en orden de importancia así: pareja (N1), padres (N2), hermanos (N3) y amigos (N4).

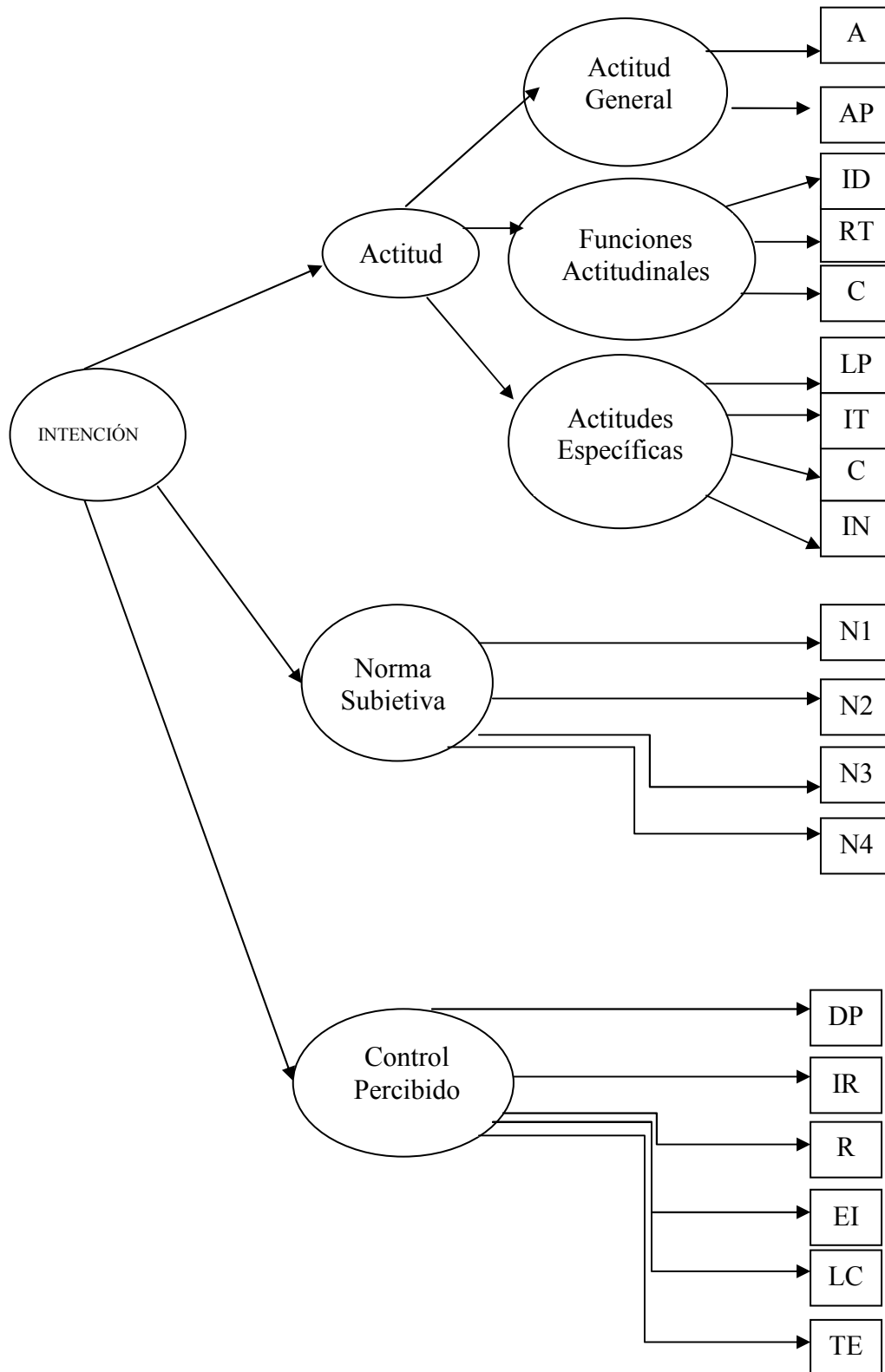
Control Percibido

Este hace referencia a la facilidad o dificultad que percibe la persona para realizar la conducta emprendedora, esto se puede basar en la experiencia que haya tenido la persona para la ejecución de sus labores o por la experiencia de conocidos y amigos en sus labores respectivas.

Dentro del control percibido se encuentra la autoeficacia emprendedora donde se encuentran factores como el desarrollo de nuevos productos (DP), identificación de nuevos recursos e iniciar relaciones (IR), gestionar recursos humanos (RH), construir un entorno innovador (EI), liderar a través del cambio (LC) y el trabajo con estrés (TE).

Ya analizados cada uno de los factores que componen el estudio Moriano presenta el modelo total de la intención emprendedora:

Gráfico No. 5 Modelo Teórico de la Intención Emprendedora



(Moriano, 2006)

En conclusión Moriano presenta este modelo como alternativa para demostrar la utilidad de la intención emprendedora para comprender la formación de nuevas aventuras empresariales que a su vez como ya se había mencionado forma parte de un marco teórico robusto que permite entender y predecir esta actividad desde una perspectiva interaccionista que no solo tiene en cuenta a la persona sino también el ambiente que la rodea. (Moriano y Palaci 2006)

7.3.2 PATRICIA THORNTON “SOCIOLOGÍA”

El espíritu empresarial es cada vez más el dominio de las organizaciones y las regiones, no solo de los individuos. Estas organizaciones¹⁷ y las regiones son ricas en entornos empresariales, oportunidades y recursos y que han ido en aumento tanto en número como en variedades.

Perspectiva de la Demanda

La perspectiva de la demanda fue desarrollada por los marxistas, los economistas, y geógrafos. Se define la perspectiva de la demanda como una "estructura de oportunidad, una estructura objetiva de las oportunidades económicas y una estructura de ventaja diferencial en la capacidad de los participantes en los sistemas de percibir y actuar en tales oportunidades" (Thornton, 1999)

En diferencia al énfasis de la oferta que pone acento en los individuos, la perspectiva de la demanda hace hincapié en el estudio de la iniciativa empresarial preguntando a los empresarios sobre la toma de decisiones teniendo en cuenta el entorno social que cambia con el tiempo ya que el emprendedor él no puede ir de la conducta de los fenómenos sociales individuales a la superior, excepto al afirmar que el crecimiento se deriva de la capacidad del actor para tomar ventaja de la situación.

¹⁷ Según Thornton (2003) las organizaciones existentes son influenciadas por las nuevas empresas, a través del capital de riesgo proporcionan los recursos necesarios para aumentar la tasa de fundación y la supervivencia. Sin embargo, cómo estos entornos generan nuevos empresarios y nuevas empresas sigue siendo algo relativamente poco estudiado.

El trabajo más reciente desde el lado de la demanda, que está ganando popularidad en las escuelas de negocios y económica entre los sociólogos, se basa en ecológica y las teorías institucionales de la sociología organizacional que caracteriza a este enfoque con la idea de que la disponibilidad de recursos alienta a fundadores a surgir. (Thornton, 1999)

Influencias de las empresas

Existe un debate sobre si es el núcleo interno o es la periferia de las organizaciones ", es decir, la jerarquía o el mercado", el que proporciona la mayor fuente de nuevos negocios para la economía. Para hacerse una idea, la literatura interdisciplinaria sobre la teoría de la organización y más específicamente en capital riesgo para las proposiciones de orientación sobre el papel de las grandes organizaciones en la fundación de nuevas empresas.

Según una variante de la perspectiva institucional, las organizaciones tienen una inercia notable que refleja las condiciones históricas en el momento de su fundación.

Sin embargo, surgen nuevas formas y los supervivientes a las organizaciones deben reinventarse por una respuesta empresarial a los cambios institucionales en sus entornos¹⁸. Este patrón de organización de adaptación del cambio es impulsado por la distribución de los recursos en el medio ambiente tales como la creciente urbanización y la alfabetización, los cambios en las políticas de Estado, la revolución política, y el desarrollo de una economía de mercado.

Los puntos de vista institucional a los posibles variables independientes sobre cómo el medio ambiente puede influir en la actividad empresarial en las organizaciones existentes. Una empresa con buen rendimiento financiero se asocia positivamente con el espíritu de empresa corporativa. Sin embargo, no está claro si el espíritu empresarial es una entidad corporativa que induce a los resultados financieros positivos. En una revisión de Du Ponts 85 nuevas empresas de dirección,

¹⁸ Según Thornton (1999) el espíritu empresarial surge como la creación de nuevas organizaciones, fenómeno que se presenta como un proceso dependiente del contexto, social y económico de la nación.

de varios factores determinantes para el éxito fueron identificados: la posesión de tecnología patentada, las grandes inversiones, la gestión financiera conservadora, el desarrollo del paciente, y los pendientes

Otras lecciones aprendidas de las actividades de aventurarse fueron la importancia de los siguientes: la tolerancia del fracaso, la separación de la de riesgo y las empresas establecidas, el patrocinio empresarial, la planificación flexible para manejar la incertidumbre, la formación de líderes empresariales, y el reconocimiento y la premios para los individuos intra empresariales. Para los nuevos exámenes de las empresas aventurarse.

Modelos multinivel

Así como los individuos deben ser estudiados las organizaciones también. Si bien un enfoque integrador se compromete a avanzar en nuestra comprensión de lo que se convierte en un empresario y cómo, por qué, y dónde se fundan las organizaciones, no es una tarea fácil. Una solución potencial es la utilización de modelos multinivel¹⁹.

Estos modelos pueden combinar las variables a nivel individual, de organización, y el medio ambiente para entender cómo el comportamiento individual es influenciado por factores individuales y por la estructura social de las influencias. Estos modelos se descomponen y separan la influencia contagiosa en cuanto a la susceptibilidad del individuo o la organización de coordinación a la influencia de otros individuos y organizaciones.

Esta revisión ha puesto de relieve las perspectivas sociológicas en la fundación de nuevas empresas, tales como la inserción, la imitación, y los efectos de impulso, en la que la aparición anterior de un evento o en la práctica

¹⁹ Si nos basamos en los enfoques ecológicos e institucionales, la iniciativa empresarial y la investigación debe abordar los efectos de los rasgos de nivel individual, de organización y las variables de nivel de mercado y las características del nivel de población en los modelos de la creación de nuevas empresas(Thornton, 1999).

por un actor afecta a la tasa de la población. Teniendo en cuenta las siguientes variables independientes pero dependientes a la vez:

1. Personas: Trabajar en las relaciones interpersonales y el trabajo colectivo.
2. Organizaciones: Relaciones entre diferentes tipos de organizaciones en una población y como esto influye en el nacimiento de otras nuevas.
3. Mercados: Relación de la duración de los ciclos de mercado con la fundación de nuevas organizaciones

En conclusión, Patricia Thornton si bien contempla al individuo como actor principal dentro del proceso de creación de nuevas organizaciones no solo se centra en sus características psicológicas sino que también atribuye el proceso empresarial al entorno donde se desenvuelve este individuo dando explicación a la toma de decisiones basadas en el continuo cambio que se presenta en la sociedad y por ende en los mercados y en las economías.

7.3.3 MICHAEL PORTER “ADMINISTRACIÓN”

Michael Porter, aborda a través de su obra “La ventaja competitiva de las naciones” una extensa teoría que provee al lector de suficientes conocimientos sobre el trascender del emprendimiento e *intraemprendimiento*.

Dos puntos importantes son esenciales y sirven para la elección de una **estrategia competitiva**²⁰: La estructura del sector en el que compete la empresa y el posicionamiento dentro del sector. Es así, que el sector es el entorno en donde se

²⁰ Según definición del diccionario Larause, estrategia es el arte de dirigir operaciones militares. La definición de estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia formula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos." M. Porter 121. Estrategias Competitivas. (1992).

gana o se pierde la **ventaja competitiva**²¹ que por medio de sus estrategias busca permanecer y buscar rentabilidad que en definitiva es la razón de ser de todo empresariado.

La estrategia competitiva debe ser fruto de una perfecta comprensión de la estructura del sector y de cómo está cambiando, por tanto se requiere del análisis juicioso de la naturaleza de la competencia la cual está compuesta por las cinco fuerzas competitivas del mercado: 1) la amenaza de nuevas incorporaciones, 2) la amenaza de productos o servicios sustitutos, 3) el poder de negociación de los proveedores, 4) el poder de negociación de los compradores, 5) la rivalidad entre los competidores existentes. (Porter, 1991).

En cada sector el comportamiento de cada una de la fuerzas es distinto, pues no todos se mueven de la misma manera y en cada uno de ellos la **rentabilidad** será distinta a corto, mediano y/o largo plazo. La cinco fuerzas competitivas son tan importantes que determinan la mencionada rentabilidad porque conforman los precios que pueden cobrar las empresas, y sin menor importancia los costos e inversiones necesarias para competir en dicho sector.

Se debe tener en cuenta una amenaza importante, y es la incorporación de nuevas propuestas, pues limita la obtención de beneficios en el sector por que los recién incorporados aportan nueva capacidad y buscan la forma de hacerse con una participación en el mercado.

El posicionamiento dentro de los sectores

El posicionamiento comprende el enfoque general de la empresa en lo que atañe a su forma de competir. (Porter, 1991). En el centro del posicionamiento esta la ventaja competitiva que a la larga las empresas consiguen con respecto a sus competidores y traduciéndolo en la obtención del éxito.

²¹ Las empresas crean ventaja competitiva al percibir o descubrir nuevas y mejores formas de competir en un sector y trasladarlas al mercado, lo que se traduce en un acto de innovación. Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones.

Porter menciona dos clases o tipos de ventaja competitiva que son fundamentales para el posicionamiento: costo inferior y diferenciación. Que viene dado por la capacidad de una empresa para diseñar, fabricar y comercializar un producto comparable más eficientemente que sus competidores, a precios iguales o parecidos a los de los competidores. En cuanto a la diferenciación, encontramos que es la capacidad de brindar al comprador un valor superior y singular en términos de calidad, características especiales y servicio posventa del producto como tal.

La ventaja competitiva tanto de la diferenciación como del costo inferior, se traduce en una productividad más alta que la de los competidores permitiéndole a las empresas el aprovechamiento de los recursos utilizando pocos insumos y elaborando productos superiores y a su vez obteniendo ingresos por encima de las expectativas inicialmente establecidas.

Gráfico No. 6 **Ámbito Competitivo**

	Coste inferior	Diferenciación
Objetivo Amplio	<i>Liderazgo Total en Costos</i>	<i>Liderazgo Total en Diferenciación</i>
Objetivo Reducido	<i>Liderazgo Enfocado en Costos</i>	<i>Liderazgo Enfocado en Diferenciación</i>

Fuente: los autores a partir de Porter (1990)

Ahora bien, cuando se habla de ventaja competitiva se debe también hablar de un ámbito competitivo, pues no tendría sentido competir con nosotros mismos si no mejor en un entorno que nos exija de una u otra forma la mejora continua y el avance en todas las etapas de un producto o servicio, desde su fabricación inicial hasta su puesta en las manos del consumidor final y su posterior servicio posventa.

Además, la ventaja competitiva esta directamente ligada una serie de enlaces o cadena de valor que integra cada uno de los departamentos y unidades de negocio de la compañía que facilitan la consecución de las diferentes actividades productivas y de servicios coordinadas entre para el optimo resultado y que finalmente será el objetivo propuesto inicial. Las empresas deben tener claro la importancia de la buena comunicación y coordinación de todas las actividades planeadas en procura de alcanzar los objetivos propuestos siendo estos procesos una función relevante de la ventaja competitiva.

Una razón de que las empresas consigan ventaja competitiva es que eligen un ámbito diferente al de sus competidores, al centrarse en un segmento diferente, alterar la amplitud geográfica o combinar los productos de sectores afines. (Porter 1991).

Las empresas crean ventaja competitiva al percibir o descubrir nuevas y mejores formas de competir en un sector y trasladarlas al mercado, lo que se traduce en un acto de innovación, de la cual se desprenden las mejoras en la tecnología como

los mejores métodos o formas de hacer las cosas, como también en cambios en los productos, procesos, nuevas formas de marketing entre otras.

Los innovadores no solo responden a las posibilidades de cambio, sino que hacen que se produzcan más rápido, el innovador es inquieto y siempre esta en busca de mejorar y/o cambiar lo ya establecido, aunque no siempre tienen que ser avances o descubrimientos tecnológicos trascendentales sino mas bien de chispazos de ingenio que suelen replantear una idea no concebida en su totalidad.

En todo caso, la innovación es uno de los componentes más importantes de la ventaja competitiva, tanto al interior como al momento de querer globalizarse y conquistar nuevos mercados nacionales e internacionales y de ella dependerá en gran medida, la permanencia y complacencia con el consumidor que final que cada vez exigirá más y mejor por menos. A la innovación se le abona el resurgimiento de compañías que tendían a la desaparición, golpes de ingenio que en su momento fueron vitales para la permanencia en un mercado cambiante y cada vez más exigente.

Según Porter, las causas más habituales de innovaciones que derivan a una ventaja competitiva son las siguientes:

- Nuevas tecnologías
- Nuevas o cambiantes necesidades del comprador
- La aparición de un nuevo segmento sectorial
- Cambio en los costos o disponibilidad de los insumos
- Cambio en las disposiciones gubernamentales

La innovación puede surgir de una nueva propuesta empresarial, que es la que comúnmente aparece con nuevos argumentos de competencia para así abrirse a nuevas posibilidades de mercado y cuyo fundador tiene una formación no tradicional o que no fue debidamente apreciado en una empresa más antigua y asentada. La capacidad innovadora también puede llegar de la mano de nuevos dirigentes a

compañías ya existente dándoles un giro radical y volviéndolas mucho mas rentables, o también a medida que una compañía se diversifica.

Cabe anotar que no siempre la innovación surge por si sola, o porque es una simple inspiración de un posible innovador, sino porque muchas veces la innovación se deriva de la presión, la adversidad, la necesidad o incluso por ver amenazado el entorno.

Sabiendo que la innovación es una importantísima arma para mantener la ventaja competitiva, también es relevante nunca olvidar que dependerá de muchos cambios, los que se requieran para tal fin, exige que la compañía invierta cuanto sea necesario y establecer parámetros de control hacia la competencia, sin descuidar ni un solo centímetro de posibles amenazas, bloqueando posibles rutas por donde puede llegar el ataque del entorno y saber controlarlo con la contundencia que sea necesaria.

Si es necesario olvidar viejas prácticas de gerencia para implementar nuevas de orden superior que puedan contrarrestar y a su vez permitir el avance de la compañía, se tendrán que hacer necesariamente para el bien y futuro de las compañías.

La ventaja competitiva: aprovechamiento del talento humano innovador en pro el beneficio empresarial.

Las empresas no llegaran a alcanzar el éxito a menos que basen sus estrategias en la mejora y la innovación, en la resuelta voluntad de competir, y en una comprensión realista de su entorno nacional y de la forma de mejorarlo. (Porter, 1991).

Michael Porter mediante una de sus obras e investigaciones mas famosas, demuestra que en el ámbito empresarial se debe ser exitosos y permanecer en el mercado, mediante un sinnúmero de estrategias competitivas que bien enfocadas y direccionadas pueden sustentar el éxito de cualquier modelo de emprendimiento.

Pues bien, todo emprendedor debe hacer un estudio juicioso de las oportunidades reales que tendrá en un mercado atestado de opciones y competidores que no estarán

dispuestos a dejar un centímetro de ventaja haciendo lo posible por desestabilizar nuestro entorno, siempre y cuando vean amenazado el de ellos. Y es que llegar a competir cara a cara con un empresariado ya constituido, con reconocimiento y trayectoria, no es tarea fácil y podrá ser casi imposible, por ello es que la innovación y la mejora en lo ya establecido resulta de vital importancia en la inserción de nuevas alternativas de creación de empresas.

Se hace obligatorio que el emprendedor tenga una visión completa e integrada del negocio que planea establecer, estudiando de forma detallada el mercado y a su vez el entorno en donde se desenvolverá, saber entre otras cosas, toda la información concerniente al sector del cual dependerá su proyecto empresarial, estadísticas históricas y recientes, competidores a los cuales se enfrentara, proveedores, productos similares o sustitutos, posibles debilidades tanto propias como de la competencia a su vez que las fortalezas de cada uno.

Que mejor guía que el aporte que nos plantea el autor en su obra para encaminar y direccionar el pensamiento hacia una alternativa de emprendimiento (intraemprendimiento), bajo la perspectiva de la ventaja competitiva y la innovación permitiendo el aprovechamiento de nuevas propuestas empresariales.

De esta manera, y con base en lo expuesto anteriormente, podemos decir que Porter habla de emprendimiento desde el interior de la compañía, exteriorizando las capacidades individuales como ventajas competitivas y convirtiéndolas en intraemprendimiento.

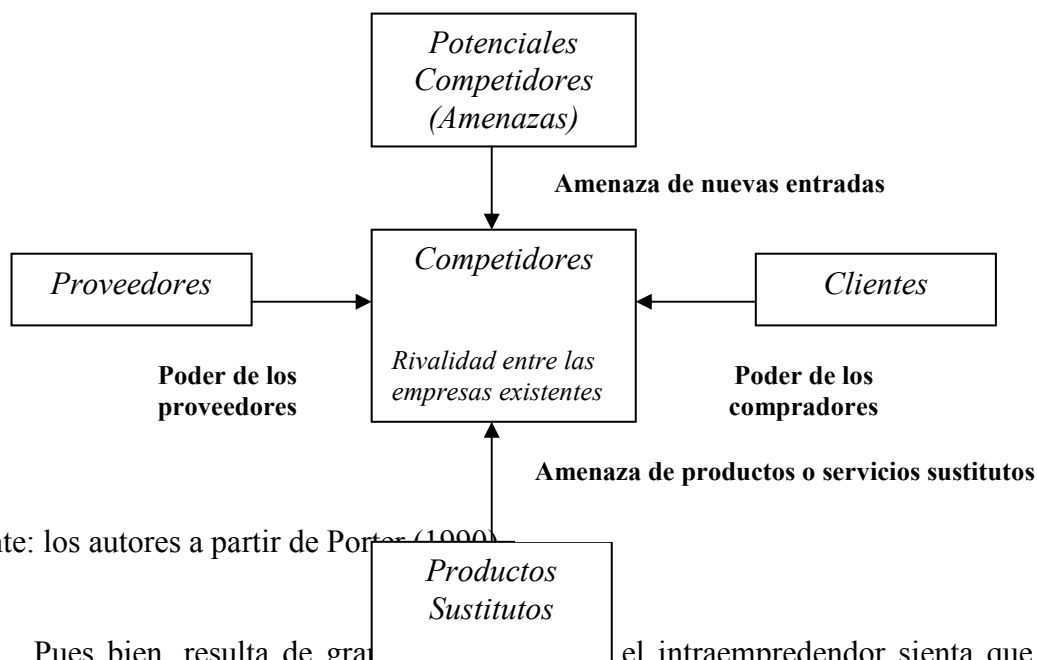
El intraemprendedor puede realizar su trabajo de innovación con base en los recursos que tienen las organizaciones; entre estos podemos enumerar los económicos, para el financiamiento de sus ideas (capital de riesgo, capital venture o capital paciente); también la base tecnológica, ya que puede utilizar la planta instalada en su tiempo ocioso para producir un nuevo artículo o servicio (Pinchot, 1985).

El aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento y la medición del capital intelectual son conceptos relacionados y complementarios. En pocas palabras,

el aprendizaje organizacional es la base de una buena gestión del conocimiento, y la gestión del conocimiento es la base para la generación de capital intelectual y capacidades organizativas. (Garzón, 2006).

Cuando el intraempresario decide abordar un nuevo proyecto que a la postre se traducirá en beneficios para la compañía, deberá disponer de herramientas y conocimientos intelectuales que le permitan asumir tal reto de innovación separándose de lo común hasta ahora visto. Para tal es necesario que el intraempresario conozca a profundidad la compañía para la cual está prestando sus servicios, las fortalezas y debilidades, las necesidades primordiales, las amenazas actuales del entorno y tal vez los futuros inconvenientes que pueden ser de índole nacional o internacional, asociadas al cambio de tecnologías y de políticas gubernamentales del país o países en los cuales la firma tiene sus negocios. Porter facilita una matriz al *intraempresario*, en donde encuentra aparte de los aspectos anteriormente mencionados otros de gran importancia que definirán de otro modo la estrategia de penetración al mercado de su nuevo proyecto.

Gráfico No. 7 Estrategia de penetración



Pues bien, resulta de gran importancia que el intraempresario sienta que tiene todo el apoyo de la compañía, que los altos mandos directivos dispongan recursos e infraestructura necesaria para un trabajo bien logrado, desenvolviéndose en una cultura organizacional propicia, generando buen ambiente, propiciando el

surgimiento de nuevas y mejores ideas que se traduzcan en oportunidades de innovación.

Pero para que el intraemprendimiento tenga los resultados esperados, no solamente se requiere el apoyo de los directivos si no de la compañía en pleno, transfiriendo el concepto a todas las personas de la organización teniendo retroalimentación para que de una u otra manera todos se sientan comprometidos y asuman como propio dicho reto de innovación y desarrollo institucional.

Es pertinente aclarar que no todas las personas pueden ser *intraemprendedoras*, son individuos con capacidades distintas que resaltan por encima del resto que por sus conductas y actitudes²² en particular cumplen un papel fundamental en el cambio de las organizaciones hacia ambientes creativos, con una estructura autónoma y de fácil adaptación a los cambios que muestre el entorno, convirtiéndose en recurso potencial para la competitiva y eficacia organizacional.

A nivel mundial, el término intraemprendimiento ha sido objeto de estudio por diferentes especialistas, llegando a una serie de características en donde se resaltan las siguientes y más esenciales:

Tabla No. 8 Características individuales del Intraemprendedor

1. Espíritu empresarial y prioridad por el proyecto interno.
2. Visión e imaginación creativa e innovadora.
3. Necesidad de actuar, alta necesidad de logro.
4. Dedicación, constancia, persistencia, tenacidad y deseo de autonomía.
5. Destreza para organizar y trabajar en equipos <i>autodirigidos</i> .
6. Visión holística de las necesidades del mercado.
7. Líder proactivo y tolerante al riesgo.

Fuente: los autores a partir de Garzón (2007)

²² Las actitudes son variables dependientes que desarrolla todo *intraemprendedor* participando activamente en la organización, las cuales pueden estar dadas por la participación, las características organizacionales y la innovación.

En definitiva, el intraemprendimiento debe verse y entenderse como un cambio radical de actitud, desde el interior de la compañía y proyectándolo hacia el exterior de la misma, como una nueva forma de ver los negocios olvidando viejas y anticuadas prácticas empresariales que estancan el desarrollo organizacional, y teniendo siempre como primicia la innovación y el apoyo incondicional de nuevas y frescas ideas de *intracrecimiento* para traducirlo en ventajas competitivas que perduren a través del tiempo.

Porter, contribuye al emprendimiento desde el interior de las compañías ya establecidas, definiéndolo como intraemprendimiento.

- Innovación
- Recursividad
- Ambientes creativos
- Creación de valor
- Autonomía – descentralización
- Visión integral del entorno
- Aprendizaje organizacional
- Capital intelectual
- Cultura organizacional
- Desarrollo institucional
- Eficacia organizacional

7.3.4 JOSEPH ALOIS SCHUMPETER “ECONOMÍA”

J. A. Schumpeter visualiza al emprendedor desde una óptica netamente capitalista, contemplando en su teoría aspectos tan importantes como la innovación, que es en sí, la esencia de todo emprendedor. En el siglo XX fue uno de los más destacados teóricos del emprendimiento y la empresa desde la economía junto con Kirzner. Emprendedor es quien innova de manera constante provocando revoluciones en la economía y revoluciones industriales e incluye la destrucción creadora como fundamento explícito del emprendimiento.

El proceso de la destrucción creadora

El capitalismo es, por naturaleza, una forma o método de transformación económica y no solamente estacionario, sino que no puede serlo nunca. (Schumpeter, 1950: p).

Han existido, existen y existirán, revoluciones a nivel empresarial e industrial que le darán giros drásticos a la economía cada vez que esta lo requiere y sin previo aviso. Estas revoluciones modifican periódicamente la estructura existente en las industrias mediante la incursión de nuevos y mejorados métodos de trabajo, que se traducen en más y mejores resultados productivos que a la postre significaran mayor rendimiento monetario para la compañías haciéndolas a su vez más rentables²³.

Son revoluciones que idean emprendedores con el afán de mantener la económica a flote, proporcionando impulso y generando una rápida expansión del mercado y una prosperidad predominante que lastimosamente no es permanente, porque aunque se haga el mejor esfuerzo siempre habrá ciclos negativos pero que son superados con facilidad por ser estados cortos y que generalmente no influyen de manera sustancial para que la economía siga su curso de ascenso mostrando resultados como la eliminación de elementos anticuados de la estructura industrial. Es así, que se presentan prolongados periodos de elevación y baja de precios, tipos de interés y con una clara generación de empleo.

Cabe mencionar que este impulso capitalista no se debe meramente al transcurso normal de la económica como tal o al carácter evolutivo de la sociedad y el capital ni a un sin número de variables que influyen para tal fin. El impulso fundamental del cual depende la evolución constante y que mantiene el movimiento la maquina capitalista procede fundamentalmente de la innovación, traducida en los nuevos métodos de producción, en los nuevos mercados, en los nuevos bienes de consumo, en las nuevas formas de transporte y formas de organización empresarial, las cuales crean las empresas capitalistas.

²³ La rentabilidad se asocia a la ganancia que buscan obtener las organizaciones en términos monetarios y por encima de posibles pérdidas. Se puede relacionar también, con el afán de lucro que buscan las compañías esto con el fin de generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido.

Se podría decir que es una revolución incesante en cuanto a la estructura económica se refiere, desde dentro, destruyendo ininterrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos. En ello consiste principalmente el proceso capitalista, en donde las organizaciones confluyen en una serie de estrategias competitivas viéndose obligadas a la renovación constante, y como bien lo dice Schumpeter, en un proceso de destrucción creadora.

Para que tal concepción renovadora surta efecto en los distintos sectores económicos se debe comenzar por cambiar el modo de pensamiento, es decir, el modo en el que se mira a la competencia presente y futura, en donde anteriormente solo se veía como amenaza la diferencia de precios entre productos y sectores afines, cuando en realidad y aparte de esta variable, lo que se busca es la innovación que se traduce en la calidad de nuevos bienes y servicios.

Surge así, la aparición de artículos nuevos, técnicas nuevas, fuentes nuevas de abastecimiento, nuevos tipos de organización empresarial es decir, que tal competencia produce efectos de superioridad en cuanto a calidad y/o costos y que compromete seriamente desde sus cimientos la permanencia de las empresas existentes, y que incluso antes de hacer presencia física en los mercados ya está marcando una contundente amenaza.

Por tanto, el mercado se caracteriza por un proceso continuo de entrada y salida de firmas de negocios, lo que lleva alta eficiencia en términos de lo que los economistas modernos llaman productividad total de los factores, y así a altas tasas de crecimiento económico²⁴.

Es necesario mencionar que la competencia, aquella innovadora y amenazante, no solo se hace presente cuando se actualiza en todo sentido y va un paso delante de los demás sino que hace presión por medio de una omnipresencia constante, la cual directa o indirectamente obligue a que la competencia entre poderes se aun más relevante y apasionada.

²⁴ El crecimiento económico está asociado al aumento de renta o el valor de bienes y servicios finales producidos por un país económicamente activo en un determinado periodo de tiempo.

Ahora bien, a este punto y sin muchas punzadas teóricas, se puede llegar a una pequeña conclusión que se desprende lógicamente de lo anteriormente mencionado, estableciendo que el emprendimiento es la fuerza vital y principal variable que influencia el crecimiento económico, propiciando, como bien lo menciona Schumpeter: “una competencia perfecta”²⁵.

Entonces quienes finalmente ganan en esta competencia perfecta entre empresariados establecidos y otros que pretenden establecerse, son los propios consumidores, que de uno u otra forma reciben motivaciones en cuanto a calidad, precios, servicios y bienes mejorados.

Amenazas para el nuevo empresario, emprendedor y producto-servicio

Las empresas ya establecidas y con un mercado ya posicionado, no estarán dispuestas a ceder ni un solo centímetro de lo que han ganado y construido, por tal razón utilizarán toda su maquinaria para frenar el ímpetu del nuevo emprendedor, cerrando todo camino posible para que aquella competencia no tenga éxito entre sus clientes.

Estas empresas son agresivas por naturaleza y pueden llegar a manipular el arma de la competencia a su antojo y con verdadera eficacia. En este punto las compañías existentes sacan todo su arsenal de experiencia y conocimiento

Que han adquirido a través del tiempo, estudiando y analizando cada paso que pueda dar el nuevo “agresor” y anticipándose a maniobras que tal vez traiga consigo la nueva competencia. El emprendedor debe tener claro que su principal reto es conquistar ese nuevo mercado en el que pretende incursionar, utilizando toda su capacidad de innovación en cuanto a calidad y precios se refiere, lo cual, a corto plazo se verá traducido en un costo-beneficio realmente indispensable en la permanencia dentro de ese mercado.

²⁵ Económicamente hablando, el término competencia se refiere a la forma en la cual los agentes económicos tienen libertad de ofrecer bienes y servicios en un mercado determinado y a su vez de elegir a quien comprar o adquirir estos mismos.

Pero así como se debe tener claro que lo más importante es el mercado objetivo, también lo es la competencia establecida que es en definitiva la principal amenaza de las nuevas ideas.

Schumpeter habla de emprendimiento con una visión netamente capitalista.

Principales características:

- Innovación
- Entorno evolutivo
- Organización empresarial
- Eficacia
- Métodos nuevos
- Nuevas técnicas
- Competencia perfecta-equitativa
- Evolución empresarial

6.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La Innovación

Tanto Porter como Schumpeter tienen similitudes en sus apreciaciones sobre el término emprendimiento, en donde se pretende resaltar las más importantes.

Siendo la innovación²⁶ la principal característica de la cual los dos autores coinciden y dan principal importancia como motor vital del emprendimiento, y es que hablar de innovación es hablar de una serie de aspectos relevantes al momento de marcar diferencia en cualquier momento y circunstancia de la vida. Las personas son las que finalmente ponen en marcha y hacen realidad lo que en su momento fue una simple idea –la creatividad se lleva a la práctica en la innovación-, siendo aquel o aquella que:

- Hace las cosas de forma diferente e inesperada.

²⁶ Por innovación, Schumpeter entiende una invención que se introduce en el mercado, es decir, con potencial de industrialización, y con potencial de mercado.

- Es visto como indisciplinado, no sabe recibir órdenes y tiende a contradecirlas.
- Usualmente recibe el concepto de tener problemas de autoridad
- Cambia la solución del problema y plantea diversas alternativas para su desarrollo e incluso para su comprensión.
- Duda de los conceptos dados previamente y solicita argumentación para poder aceptarlos totalmente. En algunas oportunidades ni con una buena argumentación los acepta.
- Es una persona visionaria, ingeniosa, curiosa, pero puede ser peligroso dado su gusto por los retos y su pasión por el riesgo.

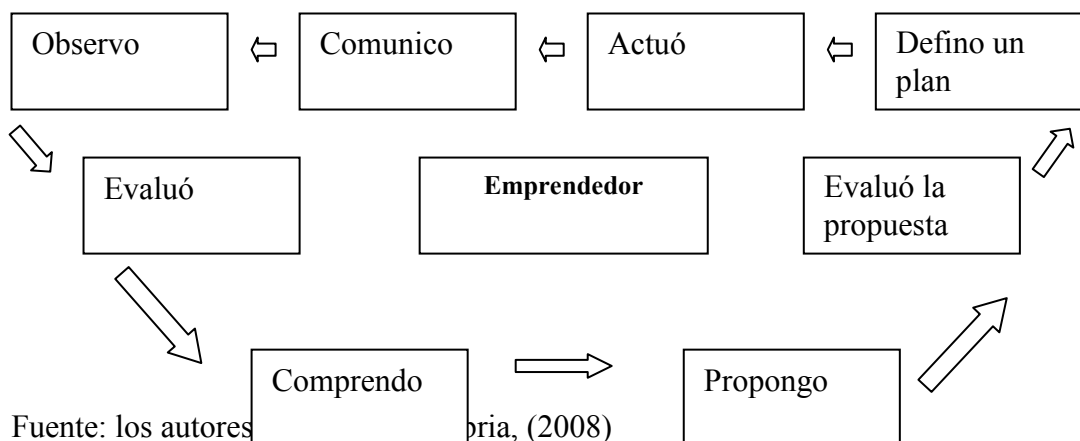
La creatividad

La creatividad también juega un papel importante en la intención emprendedora y hace perfecto equipo con la innovación. La creatividad es entonces, aquella habilidad que lleva al ser humano a realizar observaciones con respecto a la realidad en la cual habita, obtener información concreta y real sobre la misma, generar un inconformismo positivo y proponer acciones o alternativas que permitan que esa realidad sea modificada para poder resolver la situación que genera el inconformismo, o cambiarla de tal forma que se elimine la causa o el efecto de la situación inicial. (John Alirio Sanabria, 2008 Pág. 47)

Siendo creativos, empleamos productivamente nuestro tiempo en pro del avance y con positivos resultados, obviamente con direccionamiento de todos los esfuerzos a realizar transformaciones adecuadas y con objetivos definidos para que dichos planes se puedan llevar a cabo con total éxito y no resulten contraproducentes o peligrosas. Es necesario orientar dichas capacidades de ser humano para que las ideas resultantes puedan ser realmente aprovechadas en el momento propicio.

Mediante un modelo de creatividad se entenderá de una manera práctica el proceso y evolución del pensamiento creativo.

Gráfico No. 8 Modelo de creatividad



Espíritu Empresarial

Ahora bien, debemos recordar que tanto la innovación como la creatividad no tendrían razón de ser si el emprendedor no tiene clara la visión de lo que quiere y no está realmente motivado en la consecución de su proyecto de vida, todo esto mediante un despertar del espíritu empresarial²⁷ que todos los seres humanos llevamos consigo pero que unos los desarrollan más rápido y mejor que otros.

El espíritu emprendedor se puede analizar desde varios puntos de vista, es decir, dependiendo en el entorno en el cual el emprendedor se esté desarrollando o el que conviva día a día y se sienta más cómodo para desarrollar sus ideas innovadoras.

Pero así como Porter y Schumpeter tienen similitudes en cuanto a ciertas apreciaciones de Emprendimiento, también tienen grandes diferencias que radican principalmente en la forma de interpretar y analizar dicho término.

Porter concibe al emprendimiento desde el interior de la compañía, descrito anteriormente como *intraemprendimiento* que a su vez puede ser llamado Emprendimiento Laboral, pudiendo decir lo siguiente:

²⁷El espíritu Empresarial se puede denominar como aquel sentimiento de superación y progreso con alta motivación, sueño de logro e independencia que tiene cada ser humano, pero que no todos consiguen, pues unos logran ponerlo en marcha por su tesón y lucha constante.

“Es aquel emprendimiento que permite al ser humano desarrollar labores al interior de una organización, proponer nuevas estrategias, procesos, planes o ideas en pro de un mejoramiento de la organización en términos administrativos, productivos, comerciales, entre otros, pero que no implica la creación de nuevas instituciones. El individuo que se desenvuelva en este campo se reconoce como intraemprendedor”. (Jhon Alirio Sanabria, pág. 10).

Schumpeter en cambio elabora su teoría a partir de la evolución constante de las compañías que desarrollan sus actividades en ambientes competitivos, que bien puede llamarse Emprendimiento empresarial.

“Es aquel emprendimiento que permite al ser humano identificar oportunidades de negocio en su entorno y plantear propuestas empresariales organizadas e innovadoras encaminadas a generar rentabilidad. El individuo que se desenvuelve en este campo se conoce como empresario”. (Jhon Alirio Sanabria, pág. 09).

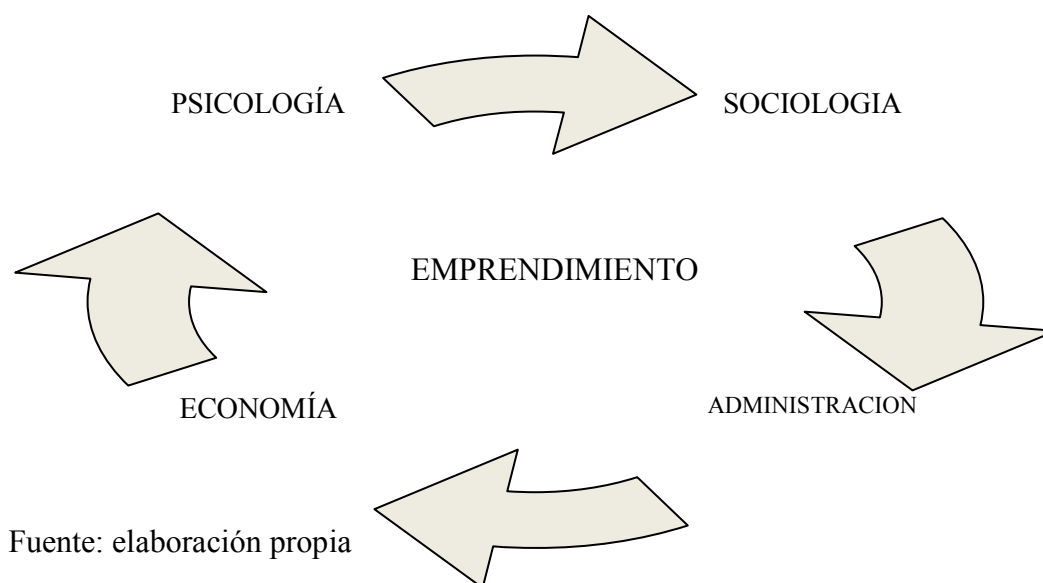
Los autores objeto de estudio coinciden en:

Tabla No. 9 Coincidencias entre los autores

EMPRESARIATO				
AUTORES/ CONCEPTOS	PORTER- Administración	SHUMPETER- Economía	THORNTON- Sociología	MORIANO-Psicología
INDIVIDUO	Persona que resalta del resto por sus conductas y actitudes en pro de la organización	Ser en busca de cambios revolucionarios mediante la incursión de nuevas y mejoradas formas de creación	Persona que busca identidad y mejora en su estilo de vida mediante la creación de nuevas empresas.	Persona capaz de descubrir una oportunidad para empezar a trabajar en una idea de negocio
ORGANIZACIÓN	Comunicación y coordinación de todas las actividades planeadas en pro de alcanzar los objetivos	Estrategias competitivas en constante evolución	Relaciones empresariales que dan lugar a la fundación de nuevas organizaciones y toma de decisiones de los individuos	Opción de vida generada por la motivación del trabajo propio (autoempleo)
INNOVACION	Forma no tradicional de realización de ideas	Introducción de nuevos y mejorados productos	Creación de nuevos productos o servicios. No rotundo a la imitación	Diferenciación, estilo propio
CREATIVIDAD	Inspiración, cambio ante la adversidad	Emplear positivamente el tiempo el pro del avance y desarrollo	Toma de decisiones de acuerdo al momento y situación actual donde se desenvuelva la organización	Acción predominante en todo emprendedor generación de nuevos negocios-

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores mencionados.

Teniendo en cuenta que cada una de las áreas tratadas en esta investigación tiene su propia definición y caracterización del término de emprendimiento no se puede dejar de lado que se complementan entre sí.

Gráfico No. 9 Complemento de las escuelas

Fuente: elaboración propia

Con base en lo anterior y como punto de partida, es pertinente decir que el área de la psicología estudia las características personales del emprendedor seguida de la sociología que aparte de señalar al individuo tiene en cuenta la sociedad y el entorno donde desarrolla todas sus habilidades las cuales se demuestran en la aplicación de competencias al interior de las compañías (administración) y que conllevan al crecimiento y desarrollo en los distintos sectores de la economía de las naciones.

Por ello, no es difícil determinar que toda persona debe asociar sus actividades a un sinnúmero de situaciones que se presentan en su entorno y que se complementan las unas con las otras.

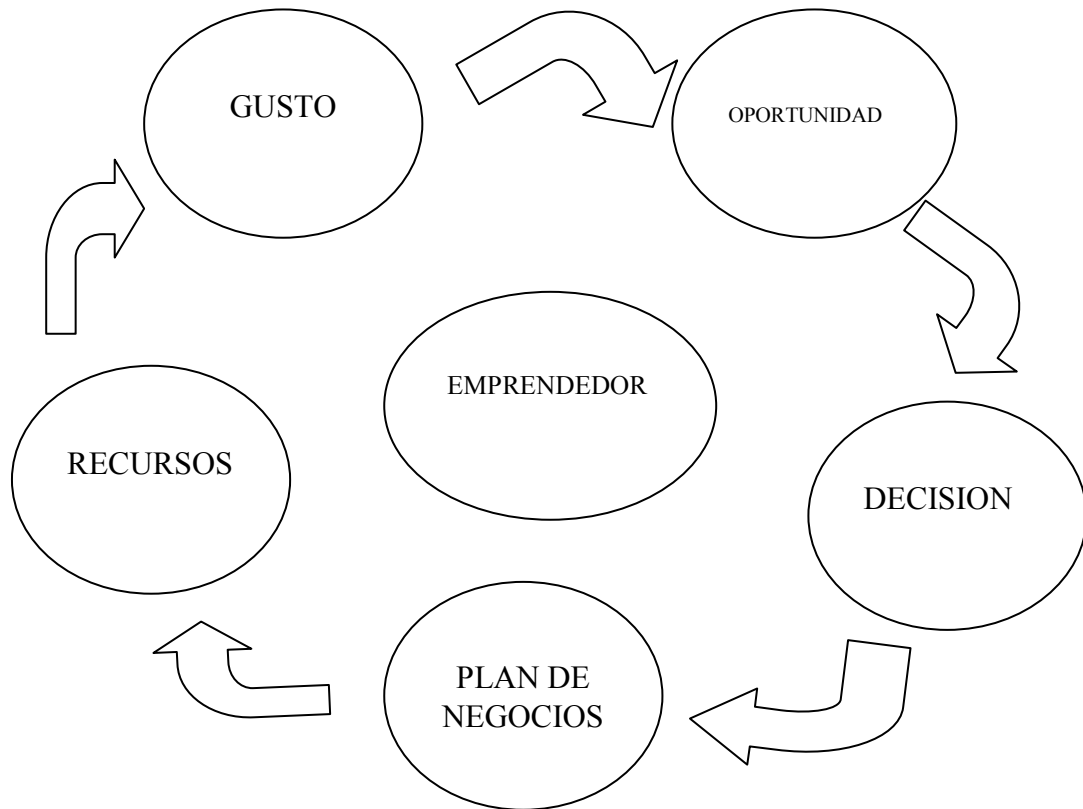
Tabla No. 10 Desarrollo y complemento de las áreas

ÁREAS AUTORES	MORIANO	THORNTON	PORTER	SCHUMPETER
PSICOLOGÍA	Individuo			
SOCIOLOGIA		sociedad	Trabajo en equipo	
ADMINISTRACIÓN				Desarrollo y crecimiento
ECONOMÍA				

Fuente: elaboración propia.

El emprendedor empresario sigue una serie de fases en su proceso de formación y decisión para poder generar la nueva.

Gráfico No. 10 SURGIMIENTO DEL EMPRENDEDOR



Fuente: elaboración propia

8. CONCLUSIONES

- Se describieron y analizaron las variables que permiten explicar y predecir la intención de emprender y crear empresa desde un enfoque multidisciplinar. Siendo relevantes las siguientes:
 - Ya sean generados por vocación o por necesidad siempre existe la motivación es decir la fuerza que impulsa al emprendedor a llevar a cabo sus ideales.
 - Dentro de las motivaciones más importantes para los emprendedores están: la mejora de su calidad de vida, obtención de renta y satisfacción laboral las cuales pueden ser expresadas porcentualmente a partir de factores como el deseo de trabajar de forma independiente (42%), mejorar o aumentar su patrimonio (19%), salir del desempleo (14%), tradición familiar (7%) y otros (18%). (cifras a partir de Moriano 2006)
 - Por lo anterior no se deja de lado que si bien para el emprendedor es importante ver como los demás asimilan lo que está proyectando es aún más importante el hecho de adquirir independencia laboral.
 - La independencia laboral hace que el emprendedor se convierta en un motor para la economía y el desarrollo del país o de la región donde se encuentre ya que el emprendedor como líder a través del cambio contribuye de paso a la comunidad generando no solo nuevos productos o servicios sino que también empleo, estabilidad y modelos a seguir por parte de las personas que conforman sus equipos de trabajo que en Colombia son representativos en diferentes sectores de la economía como. Servicios de consumo (62%), servicios industriales (7%), transformación (26%) y extracción (6%) (Cifras citadas a partir de GEM Colombia 2007).
 - Se analizaron la evolución y desarrollo de los conceptos emprendedor y emprendimiento, y las diferentes aproximaciones desde las ciencias sociales a sus significados; todo esto a partir de cuatro escuelas con sus respectivos autores quienes trabajaron y trabajan el concepto

durante determinadas épocas de desarrollo económico mundial que han trascendido y a su vez conformado el soporte teórico para que la investigación sea continua a partir de Schumpeter(1939, 1947) Thornton (1999) Moriano (2005) Porter (2002). De donde se puede establecer que el emprendimiento no se entiende como la creación de empresas o de nuevos negocios así esté contemplado dentro de estas actividades es decir el emprendimiento es aquella actividad donde se generan nuevos procesos y conocimientos independientemente de que estos mismos surjan dentro o fuera de empresas ya establecidas y el emprendedor resulta ser aquella persona que percibe oportunidades dentro y fuera que explota para su beneficio y trasciende en el bienestar de la comunidad.

- Se estudiaron las motivaciones de los emprendedores para la creación de empresa donde se establece según su grado de importancia características fundamentales como: la autorrealización personal y profesional, mejorar su calidad de vida, aumentar sus ingresos, contribuir a la comunidad, convertirse en modelo ante la sociedad e independencia laboral. Siendo estos motores vitales que impulsan la economía de naciones en vía de desarrollo mediante la creación de nuevos empleos y mejoramiento continuo de la sociedad en todos sus niveles y entornos.
- Se determinaron las principales dificultades que perciben los emprendedores para fundar negocios siendo clasificadas en dos aspectos: dificultades personales donde influye la resistencia al cambio y la tolerancia del riesgo, pues el emprendedor a pesar de su actitud en algún momento ya sea en la planeación o en la puesta en marcha de su proyecto, lo contempla y las dificultades de tipo gubernamental y privado donde hallamos la falta de apoyo inicialmente económico por parte del estado y del sector financiero que en nuestro caso colombiano generan múltiples requisitos que muchas veces logran entorpecer y demorar la ejecución de las actividades que planea el emprendedor por falta de financiación y asesoría apropiada.

- Se definió el concepto de emprendedor desde una perspectiva multidisciplinar, definición propia que asumen al emprendedor es aquella persona que aferrada a su pasión y a sus ideales ve oportunidades donde las personas del común no serían capaces de percibir pero que además aplican estrategias y conocimientos para obtener resultados; el emprendedor es aquella persona que ve oportunidades en cada uno de los problemas que se puedan llegar a presentar antes durante y después de la ejecución de sus proyectos.
- Se elaboró el estado del arte correspondiente para el término de emprendimiento a partir de cuatro disciplinas:

Tabla No. 11 Contribución de las disciplinas al estudio del emprendimiento:

PREGUNTA	DISCIPLINA	CONTRIBUCIÓN
Qué	Economía	Emprendimiento es función por la cual se logra el éxito, no es solo el acto de arrancar negocios. Distinción entre emprendedor y gerente
Por qué	Psicología Sociología	Importancia del individuo Importancia de las variables del comportamiento Causas y efectos de la sociedad
Cómo	Administración	Especialización de tareas La gestión, las estrategias

Fuente: Gámez 2008

Tomando como referencia a Juan Antonio Moriano, Patricia Thornton, Michael Porter y Joseph Schumpeter, representantes de las escuelas de la Psicología, Sociología, Administración y Economía respectivamente; para explicar el término en un contexto actual donde cada vez cobra mayor fuerza la innovación y la creatividad en beneficio y como apoyo para el desarrollo sostenible de la nación.

9. RECOMENDACIONES

El emprendimiento cada día toma más fuerza no solo en el país sino alrededor del mundo tema que debe ser tratado con seriedad para que se convierta en una de las características principales de la nación y ser reconocidos por encaminar toda la malicia indígena que se posee por el camino del progreso.

Se propone entonces:

- Desde la academia, más precisamente en los últimos dos años de formación secundaria, se presente el emprendimiento como parte del programa educativo donde se involucre al mismo tiempo el núcleo familiar, teniendo en cuenta que uno de los principales apoyos que en sus inicios busca el emprendedor es su familia, esta debe estar capacitada o por lo menos en contexto para promover el espíritu emprendedor de los jóvenes colombianos. Colombia hoy mas que nunca necesita de sus nuevas generaciones, los jóvenes son quienes deben ser consientes de las necesidades de nuestra nación no siendo conformistas ni quedarse estancados con pensamientos anticuados de evolución, viendo mas allá de sus carreras sin aspirar solo a tal vez un buen empleo.
- A la educación universitaria los jóvenes llegan con las incertidumbre pero también con el afán de obtener el conocimiento necesario que será aplicado en un futuro durante su autorrealización como persona y como profesional, por tal motivo el respaldo docente debe estar en capacidad de ofrecer todas las posibilidades existentes para que sean desarrolladas todas aquellas ideas que demuestren el desarrollo y que promuevan la obtención de nuevos conceptos y conocimientos que se verán reflejados en la sociedad, es decir, todo aquel que preste sus servicios dentro de las instituciones universitarias deberá demostrar su formación y experiencia para incentivar y no truncar el espíritu emprendedor del futuro del país. Por ello, un profesor que permita la participación y la construcción de

conceptos genera autonomía en el aprendizaje y estimula el espíritu empresarial. Esta guía y asesoramiento será esencial para fortalecer las ideas y fundamentos de todo indicio de emprendimiento, pues hoy en día una sociedad sin emprendedores no es factible porque ellos son quienes finalmente generan nuevas opciones de empleo mediante sus innovaciones que se traducen en creación de empresas que brindan bienestar, calidad de vida y desarrollo social.

- Se deben crear y consolidar todas aquellas instituciones que apoyan el emprendimiento en el país para que sean promotoras de la actividad emprendedora en el país, por medio de la divulgación del tema mediante charlas, conferencias, cursos entre otros; enfocados para todas las personas y empresas que tengan disposición para crear e innovar en el mercado. La unidad de emprendimiento del Cedef de la Universidad de La Salle, es un claro ejemplo de la iniciativa que en los últimos años tienen las instituciones de educación superior dirigidas a incentivar y apoyar la nuevas ideas de emprendimiento, mediante opciones dirigidas y encaminadas al mejoramiento de la sociedad y su entorno ávidas de nuevas herramientas de trabajo para el desarrollo de la academia en todas sus extensiones de asesoría y asistencia técnica, investigación, consultoría y desarrollo empresarial.
- Propiciar que el Estado y las entidades privadas tomen conciencia del capital humano con el que cuenta el país para que las políticas de financiación estén acordes con el desarrollo y la ejecución de los diferentes proyectos que puedan presentarse en pro de la producción el desarrollo y la economía misma del país, ya que de esta financiación ellos obtendrán algún lucro, es importante enfatizar es que gracias al desarrollo de estos proyectos también se verán beneficiados como contraprestación de sus servicios. Las instituciones académicas y en especial las de educación superior, deben hacer parte activa de esta iniciativa que por ende es un deber con la sociedad. La universidad de La Salle, está contribuyendo activamente en la consecución de esta iniciativa e

incluyendo a otras universidades para que se sumen en esta importante misión de acompañamiento. El Cedef vuelve a ser parte fundamental mediante su área de emprendimiento e incubadora de empresas.

Pasión por lo nuevo, pasión por la vida y el progreso...

Día a día los nuevos proyectos en mente, nuevas ideas rondando los pensamientos de cientos de personas que mediante su pasión imprimen resultados desconocidos y mejoran lo ya mejorado. Es un pasar de lo cotidiano a lo inusual, ideas que cambian el mundo para mejorarlo, para facilitar la vida a millones de personas alrededor del planeta, que en su momento pueden parecer cosas imposibles de alcanzar o siquiera de imaginar o menos aun de lograr. Pero no, el emprendedor es así, un ser diferente al resto, ve oportunidades donde nadie más las percibe, convierte lo difícil en algo maravilloso, convierte sus locuras de pensamiento en proyectos realizados que benefician a un entorno ávido de nuevas propuestas.

Instinto natural de superación que desde siempre tiene consigo el ser humano, los cuales se desarrollan por necesidad de cambio, mejorar lo ya establecido o simplemente dar rienda suelta a sueños de libertad y progreso con suficiente tenacidad para no desfallecer en el intento, con amor propio, ética y voluntad de trabajar por ser cada día mejores en excelencia.

Ese es el emprendedor, aquel soñador y luchador que arriesga el todo por el todo, en contra de muchos obstáculos y permanentes críticas, pero que ante todo, defiende a capa y espada sus sueños de vida y progreso.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Emprendedores, extremos del emprendimiento en Colombia. Disponible en. www.dinero.com/edicion-impresa/emprendedores/extremos-del-emprendimiento-colombiano_62506.
- Gámez J y Navarrete C (2009), Jóvenes emprendedores, ¿cómo son?, Revista Gestión y Sociedad. Bogotá, Ediciones Unisalle.
- Gámez Jorge 2008. CPAE, Emprendedores Hacia una definición y caracterización.
- Proceso de creación de nuevas empresas, informe 2007. Global Entrepreneurship Monitor. Disponible en www.gemcolombia.org,
- Indicadores de emprendimiento Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponible en. www.mincomercio.gov.co
- Los jóvenes emprendedores en Colombia y las políticas para el emprendimiento. Muñoz, J. Disponible en. www.mipymes.gov.co
- Guía y perfil del emprendedor. Disponible en. www.culturaemedellin.gov.co
- J.A. Schumpeter, Capitalismo, socialismo y democracia, ed. Harper y Brothers, New Cork y Londres. Adaptado a lengua española por ediciones folio, 1996 Muntaner Barcelona.
- Moriano, J. (2005). El perfil psicosocial del emprendedor. Madrid: CES
- Moriano, J., Palací, F. y Morales, J., El perfil psicosocial del emprendedor universitario. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones. 2006. Disponible en. <http://www.uned.es/dpto-psicologia-social-y-organizaciones>.

- Moriano, J., Trejo, E., Palací, F., El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores.
- Moriano, J., Topa, G., y otros, Identificación organizacional y conducta “*intraemprendedora*”
- Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires: Ediciones B. Argentina.
- Sanabria, J. (2008). Innovación y creatividad empresarial. Bogotá: UNIMINUTO
- Thornton, P. (1999). The sociology of entrepreneurship. by Stanford University Libraries
- Thornton, P., Flynn Katherine (2003). Entrepreneurship, Networks, and Geographies
- Varela, R. (1998). Innovación empresarial. Un nuevo enfoque de desarrollo. Cali: ICESI