FACTORES ASOCIADOS A LAS NECESIDADES DE LOGRO, AFILIACIÓN Y PODER "CASO EMPRENDEDORES APOYADOS POR LA GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO“

HUMBERTO DURAN VERA

UNIVERSIDAD DE MANIZALES

MAESTRÍA EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO

MANIZALES

2020

FACTORES ASOCIADOS A LAS NECESIDADES DE LOGRO, AFILIACIÓN Y PODER "CASO EMPRENDEDORES APOYADOS POR LA GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO“

HUMBERTO DURAN VERA

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO

Asesora

MARLENY CARDONA ACEVEDO

UNIVERSIDAD DE MANIZALES

MAESTRÍA GERENCIA DEL TALENTO HUMANO

MANIZALES

2020

Contenido

Pág.

INTRODUCCIÓN 9

CAPITULO UNO 12

1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 12

1.2 OBJETIVOS 18

1.2.1 Objetivo general 18

1.2.2 Objetivos específicos 18

CAPITULO DOS 20

2.1 MARCO TEORICO 20

2.1.1 Antecedentes nacionales 20

2.1.2 Antecedentes internacionales 30

2.2 BASES TEÓRICAS 35

2.2.1 Emprendimiento. 35

2.1.1 Contexto territorial 59

2.3 ANTECEDENTES LEGALES 60

2.4 MARCO LEGAL 62

2.5 MARCO CONCEPTUAL 66

CAPÍTULO TRES 70

3.1 METODOLOGÍA 70

3.1.1 Diseño general de la investigación 71

3.1.2 Población y Muestra 74

3.1.3 Técnicas e instrumento de recolección de información 78

3.1.4 Plan de recolección y procesamiento de la información 79

CAPÍTULO CUATRO 81

4.1 RESULTADOS 81

4.2 PRESENTACION DE RESULTADO 82

4.2.1 Gráficos escala Likert 83

CAPITULO CINCO 89

5.1 CONCLUSIONES 89

5.2 RECOMENDACIONES 92

REFERENCIAS 94

ANEXOS 97

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. El emprendedor definido por diferentes autores 45

Tabla 2. Enfoque de análisis del emprendimiento 48

Tabla 3. Estudios sobre emprendimiento 54

Tabla 4. Número de empresas del Quindío en relación a la población por cada municipio 2019 60

Tabla 5. Población y muestra de lo emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío . 74

Tabla 6. Elementos, variables e indicadores del comportamiento emprendedor 75

Tabla 7. Tabla cruzada Genero del encuestado*Establecimiento de meta 136

Tabla 8. Tabla cruzada Edad del encuestado*Capacidad de 136

Tabla 9. Tabla cruzada Educación del estudiante*Capacidad de asumir riesgos 136

Tabla 10. Tabla cruzada Educación del estudiante*Persistente 137

Tabla 11. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Persistente 137

Tabla 12. Tabla cruzada Educación del estudiante*Persistente 137

Tabla 13. Tabla cruzada Edad del encuestado*Persistente 138

Tabla 14. Tabla cruzada Educación del estudiante*Capacidad de iniciativa 138

Tabla 15. Tabla cruzada Genero del encuestado*Capacidad de iniciativa 138

Tabla 16. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Capacidad de iniciativa 139

Tabla 17. Tabla cruzada Edad del encuestado*Eficientes de calidad 139

Tabla 18. Tabla cruzada Genero del encuestado*Eficientes de calidad 139

Tabla 19.Tabla cruzada Educación del estudiante*Eficientes de calidad 140

Tabla 20. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Eficientes de calidad 140

Tabla 21. Tabla cruzada Edad del encuestado*Cumplir compromiso 140

Tabla 22. Tabla cruzada Genero del encuestado*Cumplir compromiso 141

Tabla 23. Tabla cruzada Educación del estudiante*Cumplir compromiso..... 141

Tabla 24. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Cumplir compromiso 141

Tabla 25. Tabla cruzada Edad del encuestado*Planifica sistemáticamente 142

Tabla 26. Tabla cruzada Genero del encuestado*Planifica sistemáticamente..... 142

Tabla 27. Tabla cruzada Educación del estudiante*Planifica sistematicamente 142

Tabla 28. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Planificación sistémica..... 143

Tabla 29. Tabla cruzada Edad del encuestado*Establece metas 143

Tabla 30. Tabla cruzada Educación del estudiante*Establece metas 143

Tabla 31. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Establece metas 144

Tabla 32. Tabla cruzada Edad del encuestado*Establece metas 144

Tabla 33. Tabla cruzada Edad del encuestado*Capacidad de buscar información 144

Tabla 34. Tabla cruzada Genero del encuestado*Capacidad de buscar información..... 145

Tabla 35. Tabla cruzada Educación del estudiante*Capacidad de buscar información 145

Tabla 36. Tabla cruzada Edad del encuestado*Capacidad de generar redes de apoyo 145

Tabla 37. Tabla cruzada Genero del encuestado*Capacidad de generar redes de apoyo..... 145

Tabla 38. Tabla cruzada Educación del estudiante*Capacidad de generar redes de apoyo 146

Tabla 39. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Capacidad de generar redes de apoyo 146

Tabla 40. Tabla cruzada Edad del encuestado*Autoconfianza e independencia..... 146

Tabla 41. Tabla cruzada Genero del encuestado*Autoconfianza e independencia 147

Tabla 42. Tabla cruzada Educación del estudiante*Autoconfianza e independencia 147

Tabla 43. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Autoconfianza e independencia 147

LISTA DE GRÁFICAS

Pág.

Gráfica 1. Necesidades de logro 83

Gráfica 2. Necesidades de afiliación 86

Gráfica 3. Necesidades de poder 87

Gráfica 4 . Promedio total de cada necesidad 91

Gráfica 5. Edad el emprendedor 97

Gráfica 6 . Sexo del emprendedor 98

Gráfica 7 . Nivel de educación 99

Gráfica 8. Sector del emprendimiento 100

Gráfica 9 . Capacidad para actuar 101

Gráfica 10. Capacidad de persistencia 102

Gráfica 11 . Capacidad de preparación 103

Gráfica 12 . Capacidad de logros y metas 1 104

Gráfica 13. Estrato social 105

Gráfica 14. Nivel de responsabilidad 106

Gráfica 15. Nivel de compromiso 107

Gráfica 16 . Aprovechamiento oportunidades 1 108

Gráfica 17 . Nivel de entrega 109

Gráfica 18. Calcula riesgos 110

Gráfica 19 . Saca tiempo para evaluar 111

Gráfica 20. Tiene capacidad tomar decisiones 112

Gráfica 21. Reduce riesgos 113

Gráfica 22. Capacidad de mejoramiento 114

Gráfica 23. Cumplimiento de normas 115

Gráfica 24. Valora la buena voluntad y los buenos resultados 116

Gráfica 25. Desarrollo de tareas exigentes 117

Gráfica 26. Capacidad de esfuerzo 118

Gráfica 27. Tiempos de entrega 119

Gráfica 28. Asigna tareas y hacer revisión 120

Gráfica 29. Facilidad para fuentes de información 121

Gráfica 30. Recibe asesorías y se retroalimenta 122

Gráfica 31. Retos personales 123

Gráfica 32. Visión clara de lo que quiere 124

Gráfica 33. Capacidad de esfuerzo 125

Gráfica 34. Influye en los demás 126

Gráfica 35. Capacidad de delegar 127

Gráfica 36. Enfrenta retos 128

Gráfica 37. Responsable de sus éxitos y fracasos 129

Gráfica 38. Construye redes de apoyo 130

Gráfica 39. Capacidad de relacionarse 131

Gráfica 40. Edad – Educación 132

Gráfica 41. Género – Sectores 133

Gráfica 42. Género 134

Gráfica 43. Estrato – Sectores 135

INTRODUCCIÓN

El concepto de emprendimiento, emerge por el profundo interés por parte de gobiernos, sectores académicos y empresariales a partir *del National Report del Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 1999). Este documento considera el emprendimiento como un fenómeno integrado por tres marcos esenciales: el individuo; las empresas, y el marco institucional, económico y político dentro de la sociedad; estos, de manera sinérgica pueden soportar y catalizar el desarrollo económico de los países. Así mismo, Barba y Martínez, (2006) proponen que el nuevo contexto mundial exige respuestas de la sociedad enfocadas al desarrollo local endógeno y la puesta en marcha de la capacidad empresarial que implica el desarrollo del trabajo productivo más allá de las barras del trabajo en sí mismo Beck (1986). El departamento del Quindío fue creado legalmente mediante la Ley 2 de 1966 firmada el 7 de enero por el entonces presidente Guillermo León Valencia. Con ella, el Quindío fue desagregado del departamento de Caldas y se conformó inicialmente con 10 municipios: Quimbaya, Montenegro, Pijao, Génova, La Tebaida, Filandia, Circasia, Córdoba, Salento, y Armenia, su capital.

Según las estimaciones del DANE para 2018, en el departamento hay un total de 568.506 personas el 49% son hombres (279.112) y el 51% mujeres (289.394), distribución porcentual que se ha mantenido desde el año 2005. Las proyecciones para 2020 reflejan que la distribución porcentual de la proporción por sexo se mantendrá, teniendo un leve aumento en el número de habitantes [1]. Es de especial atención la población adulta mayor (60 años o más) cuyo volumen está en permanente crecimiento desde el 2005. Para 2016 y en los próximos años, la población

[1] DANE. Población proyectada según censo general de 2005, porcentaje calculado por la Secretaria de Planeación departamental del Quindío, basado en la información publicada por el DANE, Población proyectada según censo

mayor de 60 años en el departamento del Quindío habrá aumentado más de 40 mil personas desde el 2005, constituyéndose en un grupo de población que demanda una atención especializada por parte del Estado.

Pero es un departamento donde la pobreza extrema en Quindío paso del 2014 (6,9%) a 8,8% superando para el 2015[2]. El país crece pero el Quindío frenó su crecimiento. Entre 2010 y 2012 la economía del Quindío creció a buen ritmo, pero en 2013 el PIB (Producto Interno Bruto) departamental tuvo un significativo descenso en la tasa de crecimiento (1,3%) respecto al 2012, tres veces inferior a la tasa de crecimiento del PIB del país (4,9%), disminuyendo la participación del Quindío en el PIB nacional, pasando de 0,8 en 2012 a 0,7 en 2013. En 2014 Colombia creció al 4.6% del PIB, y el Quindío creció solo 3.4%. y se ha ubicado en los últimos años en los primero lugares desempleo, por tal razón el gobierno departamental en su plan desarrollo estableció un programa de emprendimiento que permita estimular un nuevo tejido empresarial que genere nuevas empresas en la zona urbana como rural.

El presente trabajo se realizará con los emprendedores apoyados desde la secretaría de turismo de la gobernación del Quindío el cual busca identificar los **FACTORES ASOCIADOS A LAS NECESIDADES DE LOGRO, AFILIACIÓN Y PODER "Caso emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío"** basados en la metodología de las Naciones Unidas EMPRETEC, utilizando el enfoque de David McClelland donde se identifican las necesidades de logro poder y afiliación. Esta investigación será realizada sobre 81 empresarios apoyados desde la gobernación, los cuales están distribuidos en los diferentes municipios que conforman el departamento, así como de diferentes sectores productivos. Para lo cual se utilizará entrevistas en profundidad encuestas

[2] Informe de PNUD sobre el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio para el departamento del Quindío

observación y análisis de datos a través de procesos estadísticos que permitan dar direccionamiento adecuados que deben seguir realizando la Secretaría de Turismo Industria y comercio de la gobernación del Quindío para generar verdaderos impacto en la generación de nuevas empresas y empleo en la región. Para lo cual se utiliza un referente teórico donde se analizan los procesos de emprendimiento, los enfoques más importantes un marco institucional un marco legal nacional y regional para llegar a las conclusiones y recomendaciones propias del trabajo. Que permita generar un aporte de mejoramiento a los procesos de formación acompañamiento y fortalecimiento que reciben los nuevos emprendedores del departamento del Quindío.

CAPITULO UNO

1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El presente trabajo nace de la preocupación del investigador principal que durante varios años ha estado trabajando como docente, capacitador de los temas de mercadeo y emprendimiento buscando generar un nuevo tejido empresarial capaz de generar a partir del conocimiento y la innovación productos de valor agregado que se requieren en el mercado regional nacional e internacional. Hoy como funcionario de la Gobernación del Quindío adscrito a la Secretaria de Turismo Industria y Comercio y con la función de apoyar a los emprendedores que buscan el apoyo de la gobernación, se pueden visualizar problema como la baja capacidad de crecimiento, desarrollo de nuevos productos, capacidad para relacionarse y negociar sus productos y en muchos casos el cierre de sus emprendimientos o el abandono de los mismos.

Colombia y el departamento del Quindío es una región llena de talento y oportunidades especialmente brindadas alrededor del entorno, donde se puede producir todo tipo de productos muchos de ellos con posibilidades de llegar a mercados internacionales. Pero con altas deficiencias especialmente en la generación de nuevos empresarios capaces de visualizar productos con valor agregado que puedan competir con éxito en el mercado nacional e internacional. La organización objeto del estudio es la Gobernación del Quindío, en la Secretaría de Turismo Industria y Comercio encargada de desarrollar el programa de emprendimiento y apoyo a emprendedores del departamento donde se han acompañado hasta el momento 120 empresas desarrolladas por emprendedores. El departamento del Quindío fue creado legalmente

mediante la Ley 2 de 1966 firmada el 7 de enero por el entonces presidente Guillermo León Valencia. Con ella, el Quindío fue desagregado del departamento de Caldas y se conformó inicialmente con 10 municipios: Quimbaya, Montenegro, Pijao, Génova, La Tebaida, Filandia, Circasia, Córdoba, Salento, y Armenia, su capital. Mediante la ordenanza nº 22 del 29 de noviembre de 1966 se creó el municipio de Córdoba, segregado de Calarcá, de igual manera por medio de la ordenanza nº 29 de la misma fecha, se dio origen al municipio de Buenavista separado de Pijao, dejando así un total de 12 municipios que conforman el departamento[3].

Quindío tiene 565.266 habitantes para el año 2018, de los cuales habitaban en las cabeceras municipales el 87,75% y el 12,24% en el área rural. Actualmente se tiene un número de población menor de 15 años en el sector rural, dando paso al envejecimiento demográfico y generando un bajo porcentaje de relevo generacional del sector. La estructura demográfica se caracteriza en la actualidad por una menor participación de población de niños y jóvenes y una mayor presencia de adultos mayores con respecto a los primeros años del presente siglo[4]. Según (Comercio, 2016) el 65 % de las empresas, que cancelaron su matrícula mercantil, durante el periodo enero-agosto 2015, tenía entre 0 y 3 años en el mercado. De este total, el 98,91 % era microempresas y un 93,64 % estaba registrado como personas naturales, de esta manera se ratifica el tipo de empresas que más se constituye en el Quindío. La mayoría de empresas en el Quindío son mypes (micros y pequeñas). En términos porcentuales, estas representan el 99 % del tejido empresarial del departamento.

Según Empresarial (2019) el panorama al cual se enfrenta un emprendedor en nuestro país es bastante difícil por distintos motivos y es por esto que de las empresas que emprenden en

[3] Gobernación del Quindío (2013) Reseña histórica. Obtenida de: http://quindio.gov.co/el-departamento/generalidades/resena-historica.html

[4] DANE. Población proyectada según censo general de 2005, porcentaje calculado por la Secretaria de Planeación departamental del Quindío, basado en la información publicada por el DANE, Población proyectada según censo general de 2005

Colombia, el primer año subsisten 55% de ellas, el segundo el 41% y el tercero el 31%. Un estudio realizado por de la CAF, indica que países como el nuestro son 2 veces más propensos a la creación de nuevas empresas, pero 6 veces menos capaces de generar compañías con más de 50 empleados. El Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) señala, por su parte, que países como el nuestro son dos veces más propensos a la creación de nuevas empresas, pero seis veces menos capaces de generar compañías con más de 50 empleados y tres veces menos con más de 10 empleados.

En Colombia el gobierno nacional ha decidido generar una política que fortalezca altamente el emprendimiento desde la educación primaria secundaria y universitaria por medio de la ley de emprendimiento 1014 del 2006. Pero asimismo los gobiernos municipales, departamentales y nacionales han establecido en sus planes de desarrollo líneas basadas en el tema de emprendimiento como elementos fundamentales para la generación de progreso y desarrollo en la región.

Los procesos de emprendimiento son desarrollados por individuos y grupos que tienen dificultades en la mayoría de los casos en la claridad y precisión sobre el capital humano que en los procesos desde las instituciones se superan las limitaciones para formular e implementar estrategias políticas y procesos de emprendimiento que contribuyen de manera significativa a la mejora sostenida de desarrollo y progreso de las regiones. Con nocivas consecuencias en especial desde lo económico y lo social dado que una mayor competitividad se ve reflejada en todos los aspectos de la sociedad generando condiciones favorables de desarrollo, empleo, valor agregado, generación de ingreso, evitando desperdicia la experiencia, el conocimiento, las potencialidades, habilidades, actitudes y valores propias de la región. Algunas causas están relacionadas con

vulnerabilidad ante el mercado, lo cual puede estar dado por falta de innovación, falta de planes de mercadeo, saturación del mercado, falta de conocimiento empresarial, entre otros.

Según Confecamara (2018) con base en la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES) de las Cámaras de Comercio, en el 2018 abrieron sus puertas 328.237 unidades productivas: 69.283 sociedades y 258.954 personas naturales, lo que representa un crecimiento respecto al año anterior cuando se registraron 325.527. Un alto número empresas creadas cierran sus puertas debido a procesos equivocados por parte de las entidades dedicada apoyar a los emprendedores o, por la falta de acompañamiento en temas específicos que permitan que los emprendimientos crezcan. En el caso de las cancelaciones en 2018 se registraron un total de 180.507 cancelaciones de unidades económicas. Del total de cancelaciones, 10.752 corresponde a sociedades y 169.755 a personas naturales en los sectores : comercio (79.293), industria manufacturera (18.371), alojamiento y servicios de comida (27.315) y construcción (6.488)[5].

Por organización jurídica, se observa que las sociedades exhiben un crecimiento neto promedio de empresas del 7,3% anual, mientras que en personas naturales este se ubica en 2,4%. La tasa de natalidad empresarial de Colombia es superior a la de Perú (14,1%) y también a la registrada por las economías europeas (oscila entre el 4% y 10%).

Según Confecamaras (2016), en su informe sobre nacimiento y supervivencia de las empresas en colombia en el país se crean muchas empresas cada año, la tasa de supervivencia de los nuevos emprendimientos es baja, 29,7%. Es decir, alrededor del 70% de las empresas creadas fracasa antes de los primeros cinco años de vida. Este aspecto pone de manifiesto la alta vulnerabilidad de las empresas nacientes para mantenerse en el mercado, ya que pocas de ellas

[5] Informe de Dinámica Empresarial elaborado por Confecámaras 2018. Con base en la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES) de las Cámaras de Comercio (Confecamaras, Informe dinamica empresarial, 2018)

consiguen consolidar su posición y crecer hasta convertirse en grandes empresas. La tasa de supervivencia de las empresas colombianas a los 5 años de nacer es inferior a la observada en países de la OCDE como Francia (52,7%), Italia (48,3%), España (39,9%) y Reino Unido (37,5%)[6]. Según la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío en el 2018, en Armenia y el Quindío se establecieron 15.456 empresas.

Desde las instituciones se capacita para generar un aprovechamiento del incentivo establecido por la ley 1780 de 2016, la cual exime el cobro de la matrícula o renovación mercantil a pequeñas empresas creadas por jóvenes. Según el Doing Business del Banco Mundial, Manizales, Pereira y Armenia se ubicaron entre las 10 mejores ciudades de Colombia para hacer negocios lo cual brinda la oportunidad para emprender en todos los sectores todo tipo de empresas, entonces que es lo que pasa o por que se da un alto número de fracasos de las nueva empresas ¿ serán los emprendedores? o ¿serán los programas equivocados que los apoyan que no están enfocados en los problemas o dificultades que tienen los emprendedores para crecer y convertirse en grandes?

1.1.1 PREGUNTA PROBLEMA

Con base en lo expuesto, el problema planteado en esta investigación, es el siguiente:

¿Cuáles son los factores asociados a las necesidades de logro, afiliación y poder " En el caso de los emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío"

Desarrollando lo anterior, se pregunta:

¿Qué conjunto de elementos, variables e indicadores permiten medirlo?

[6] Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia. Confecamaras. Septiembre del 2016

¿Cuál es el comportamiento durante el periodo de tiempo indagado de los elementos, variables e, indicadores que integran el capital humano de los emprendedores apoyados desde la Gobernación del Quindío?

A partir de la medición efectuada y del análisis de lo encontrado, ¿Qué acciones se pueden implementarse en la Gobernación del Quindío para mejorar el comportamiento emprendedor de las personas que buscan apoyo, por medio de los programas que desarrolla la Gobernación del Quindío?

No obstante, el trabajo de investigación expuesto a través de este artículo toma la metodología de características del comportamiento emprendedor o CCE, puntualmente la herramienta de características del comportamiento emprendedor, desarrollada por el programa para el fomento al emprendimiento de las Naciones Unidas (EMPRETEC), consta de varios componentes para valorar aspectos tales como comportamiento emprendedor, habilidades emprendedoras y perfil emprendedor la cual se aplicara a los emprendedores apoyados desde la Gobernación del Quindío por medio de la secretaria de Turismo Industria y Comercio. Uno de ellos conocido como Características del Comportamiento Emprendedor o por sus siglas (CCE) relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland, (en cual describimos previamente como pertinente para comprender el comportamiento emprendedor) con un conjunto de variables asociadas a la personalidad del emprendedor, que validadas mediante un cuestionario estructurado de 36 preguntas, dan como resultado una caracterización del comportamiento del individuo categorizado en 10 variables asociados a emprendimiento, las cuales se clasifican de la siguiente forma:

Necesidades de logros (ser persistente, buscar oportunidades e iniciativas, buscar riegos calculados, exigir eficiencia y calidad y cumplir los compromisos), necesidades de afiliación

(planificar sistémicamente, buscar información y establecer metas) necesidades de poder (ser persuasivo y construir redes de apoyo y autoconfianza e independencia).

A fin de enriquecer los resultados del estudio se identificaron un conjunto de variables de carácter demográfico (tales como edad, género, sexo, educación, sector del emprendimiento, estrato social entre otras) que permitiesen establecer posibles valores de contraste con los resultados finales de la aplicación propia de la herramienta de caracterización a fin de identificar información adicional que permitiese no sólo perfilar de una manera mucho más puntual los resultados sino también ampliar la base de análisis de la investigación en general, por medio de los cruces de información obtenida en la investigación.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Describir los factores asociados a las necesidades de logro, afiliación y poder "Caso emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío"

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar las necesidades de logro, poder y afiliación que tienen los emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío

- Interpretar las necesidades de logro, poder y afiliación en el éxito y fracaso de los emprendedores apoyado por la gobernación del Quindío

- Relacionar las necesidades de logro, poder y afiliación en el comportamiento positivo o negativo que tienen los emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío.

CAPITULO DOS

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes nacionales

Pulgarín & Cardona (2011). *Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario:*

El emprendimiento como campo de estudio ha cobrado una creciente relevancia en las agendas académicas y gubernamentales del último quinquenio por su capacidad para empujar el desarrollo económico y los procesos de innovación en los países. Un ejemplo de ello es Colombia, donde el nivel de impacto ha sido tan elevado que se han formalizado desde marcos regulatorios como la ley 1014 del 2006 para el fomento a la cultura empresarial , hasta instituciones de todo tipo para el fomento al emprendimiento empresarial. No obstante, los esfuerzos por estructurar espacios para estimular el emprendimiento deben trascender más allá del simple asistencialismo, para centrarse en la definición de planes estratégicos que permitan la formación de emprendedores de una manera articula y congruente con objetivos y políticas claramente identificadas.

Por tal razón, desde el centro de emprendimiento de la Universidad de Rosario se impulsó el desarrollo de un estudio que permitiese la caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes, a fin de identificar sus fortalezas y debilidades. Este estudio toma como base la metodología de características del comportamiento emprendedor o CCE para estudiar los alumnos de pregrado de la Facultad de Administración en cada uno de sus tres programas. Al final con estos resultados el Centro Emprendimiento podrá formular cada uno de sus planes,

programas y proyectos, así como también políticas asociadas al desarrollo de las cualidades necesarias para formar mejores emprendedores. la herramienta más pertinente, por su validez científica y congruencia con la información requerida es preparándose para emprender. Esta prueba desarrollada por el programa para el fomento al emprendimiento de las Naciones Unidas (EMPRETEC) consta de varios componentes para valorar aspectos tales como comportamiento emprendedor, habilidades emprendedoras y perfil emprendedor. Uno de ellos conocido como Características del Comportamiento Emprendedor o por sus siglas (CCE) relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland, con un conjunto de variables asociadas a la personalidad del emprendedor, que validadas mediante un cuestionario estructurado de 55 preguntas, dan como resultado una caracterización del comportamiento del individuo categorizado en 10 variables asociados a emprendimiento. así encontrar información con más detalle de los mismos.

El estudio expone en sus resultados un perfil de emprendedor de los estudiantes bastante interesante, en principio expone como para el total de los estudiantes tres de las cinco características fundamentales asociadas al emprendimiento tienen un alto nivel de desarrollo lo cual indicaría cierta propensión por un perfil emprendedor. No obstante las otras dos y puntualmente la asociada a correr riesgos en cada una de las clasificaciones registró el valor más bajo de todo el estudio, esto significa que el perfil emprendedor de los estudiantes de la facultad se ve fuertemente afectado por la dificultad para asumir riesgos, característica esencial en el proceso de consolidación de empresas en ambientes hostiles como por ejemplo el colombiano. las diferencias expresadas en los perfiles por rango de edad que a medida que los estudiantes van creciendo las características en general se van atenuando. Lo mismo sucede en el análisis realizado por cada programa académico puntualmente el perfil de los estudiantes del programa

de logística presenta diferencias comparativamente hablando con administración de empresas y negocios internacionales.

Bermúdez (2010) *en su investigación Apropiación del emprendimiento en algunas de las organizaciones más representativas en la generación de unidades productivas en la ciudad de Manizales, resumen:*

> Se trata de un estudio de naturaleza cualitativo, dentro de una perspectiva objetivista, ubicado en la primera modernidad, lo cual le da un carácter descriptivo-analítico; donde la categoría del emprendimiento relacionado con las actuales dinámicas del mundo del trabajo, establece una relación que va desde los actores y autores de experiencia, hasta los escenarios que sustentan la dinámica económica laboral en la ciudad de Manizales. Unidad de análisis: La constituyó quienes lideran, enseñan y estudian en programas de emprendimiento de algunas organizaciones representativas que generan unidades productivas en la ciudad de Manizales. La base poblacional para el muestreo fueron los lideres o coordinadores de los programas de emprendimiento y docentes del SENA, de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Autónoma de Manizales, el Núcleo de Asesoría Empresarial de la Universidad de Manizales (NAE), y el Modelo de Asesoría Empresarial de la Cámara de Comercio de Manizales. Igualmente, se tomó como muestra una parte de la población que estudia en los diferentes programas, la cual se seleccionó de manera aleatoria a través de un taller que se desarrolló con el consentimiento de los líderes de los programas. En este taller se aplicó directamente un formato de encuesta para los líderes y un formato de encuesta para los estudiantes. En algunas entidades fue necesario ampliar la información y para esto se

desarrolló una entrevista focalizada. Se hizo igualmente revisión documental del soporte legal que tienen en las instituciones para el desarrollo de los programas. (p. 23).

Para la presente investigación al no encontrarse ningún instrumento validado para valorar la apropiación del emprendimiento, se diseñaron tres encuestas, también se utilizó la entrevista focalizada. (p. 24).

Se evidencia un vacío en los contenidos con referencia al desarrollo humano, en los aspectos de motivación y competencias, lo cual denota una debilidad en torno a la implicación que dichos contenidos puedan ofrecer en cuanto a la articulación entre generación de unidades productivas y desarrollo. ¬ Se tiene en el imaginario de los lideres una percepción generalizada respecto del emprendimiento como estrategia de conocimiento y crecimiento para la formación de futuros empresarios, pero con un énfasis operativo no necesariamente articulado a las consecuencias e implicaciones sociales que significa formar una actividad empresarial independiente. ¬ El factor económico, como uno de los elementos que más se requiere para ser un emprendedor con éxito, se establece centrado en la dificultad, no en la oportunidad. Ello significa que, aunque se logre visualizar una tendencia significativa de factores motivacionales intrínsecos, las restricciones financieras para establecer un plan de negocio bajo la lógica emprendedora hacen que su viabilidad no sea clara, y por tanto ello se constituya en un factor que afecta negativamente el nacimiento de nuevas ideas y proyectos emprendedores. Con relación a lo anterior, existe poca inversión y apoyo para los pequeños y medianos empresarios, lo que se relaciona con una debilidad en torno a la formación para el emprendimiento, lo cual implica finalmente que son pocos los proyectos productivos que son avalados financieramente, y en tal sentido su viabilidad se hace menos factible. Para los líderes de

> algunas organizaciones representativas que generan unidades productivas en la ciudad; los programas buscan iniciar un proyecto empresarial, cimentando teóricamente y económicamente viable, no obstante, son pocos los proyectos avalados. Falta fortalecimiento institucional. (p.70).

Confecamaras. Red de Camaras de Comercio (2019). *Dinámica de creación de empresas en Colombia 2019:*

Resumen: Confecámaras presenta su informe de Dinámica de Creación de Empresas, en el que se analiza el comportamiento de la constitución de sociedades y matrícula de personas naturales entre enero y septiembre de 2019. La fuente de las estadísticas reportadas en este informe es el Registro Único Empresarial y Social (RUES), el cual recoge información registral de las Cámaras de Comercio del país y permite hacer seguimiento a la demografía de empresas por organización jurídica, sectores y tamaño.

Entre enero y septiembre de 2019 se crearon 259.026 unidades productivas, 4,2% más que en el mismo periodo de 2018, cuando se ubicaban en 248.516. Del total de unidades registradas, 76,7% corresponden a personas naturales y 23,3% a sociedades. *La creación de sociedades aumentó 14,1% respecto a 2018* al pasar de al pasar de 52.967 a 60.437. En tanto, las matrículas de personas naturales pasaron de 195.549 a 198.589, lo que representa una variación de 1,6%.

En conjunto, las actividades económicas relacionadas con el sector servicios registraron los mayores incrementos en materia de creación de empresas con una variación del 6,0%, seguido del sector comercio con 3,4% e industria 3,1%. En servicios, las actividades con mayor

crecimiento fueron: peluquería y otros productos de belleza, otros tipos de expendio de comidas preparadas, transporte de carga por carretera, actividades de desarrollo de sistemas informáticos y publicidad.

Por su parte, en comercio sobresalen los productos farmacéuticos comercializados al por menor, los artículos a través de internet, los productos agrícolas para el consumo en establecimientos especializados y el comercio al por menor de carnes. Y, en la industria, destaca la confección de prendas de vestir, fabricación de productos metálicos para uso estructural y de productos farmacéuticos, y la fabricación de otros tipos de calzado (caucho, plástico y materiales textiles).

De acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas (99,6%), seguido por las pequeñas empresas (0,35%) y el restante se encuentra en las medianas y grandes empresas (0,02%). Creación de empresas en la Economía Naranja Tomando como referencia las 32 actividades económicas de la economía naranja denominadas de inclusión total (DANE, 2019), se encuentra que, del total de unidades productivas creadas, el 3% corresponde a empresas dedicadas a las industrias culturales y creativas.

Entre enero y septiembre de 2019 se crearon un total de 7.447 empresas de economía naranja, lo que representa un crecimiento del 10,3% comparado con el mismo periodo del año anterior. El 59,7% de estas empresas se constituyeron en el segmento de industrias creativas, seguido por artes y patrimonio (22,1%) y las industrias culturales (18,2%). A nivel de subsectores, destacan por su dinamismo y contribución, las actividades de publicidad, diseño,

artes visuales y escénicas, y audiovisuales, las cuales explican el 88,5% del crecimiento en el número de nuevas empresas en la economía naranja.

Pulgarín & Cardona (2012). *Aportes a la caracterización del comportamiento emprendedor de los estudiantes de la Konrad Lorenz:*

Resumen: El emprendimiento desde las Instituciones de Educación Superior –IES- es una preocupación nacional y local. El objetivo de este artículo es caracterizar el comportamiento emprendedor de los estudiantes de pregrado de todas las facultades en la Fundación Universitaria

Konrad Lorenz, a través de una de las herramientas homologadas internacionalmente en la búsqueda del Perfil emprendedor, conocida como CCE o Características del Comportamiento Emprendedor en el contexto científico del emprendimiento, y diseñada por la Organización de las Naciones Unidas a través de EMPRETEC, programa diseñado para la investigación y el fomento del emprendimiento. Este proceso de investigación se desprende originalmente de las construcciones teóricas de McClelland, acerca de los factores motivacionales y de su teoría de las necesidades, las cuales han sido asociadas directamente al comportamiento emprendedor gracias a que el autor desarrolló sus investigaciones utilizando empresarios de diferentes sectores como sujetos de estudio. La metodología permite caracterizar el comportamiento de los emprendedores mediante la evaluación de 10 factores asociados a las necesidades de logro, afiliación y poder.

La dispersión de Características del Comportamiento Emprendedor en la población estudiantil de pregrados de todas las carreras en la Konrad Lorenz es muy similar ya que todos los estudiantes de las diferentes carreras muestran como característica especial la fijación de metas, lo que quiere decir que el perfil emprendedor es insuficiente con respecto al perfil que

plantea McClelland porque esta característica corresponde a una necesidad de afiliación que no es característico de un gerente o persona que busque poder. El perfil del emprendedor de la Konrad Lorenz está relacionado con el deseo de establecer amistad y relaciones interpersonales cercanas, es decir, son individuos con alta necesidad de afiliación, que se esfuerza por mantener buenas relaciones con los demás. La formación de emprendedores en la Konrad Lorenz tiene dos espacios primordiales: el primero dentro del currículo del programa de Administración de Negocios Internacionales y el segundo en la formulación de un plan de negocios que puede ser el inicio de un proyecto empresarial. En general, el perfil de los estudiantes de pregrado de la Konrad Lorenz se orienta al logro con características comunes por encima de las propias particulares, lo que sugiere que el desarrollo de un proceso integral de emprendimiento para todas las facultades de la universidad permitiría explotar los matices particulares de la profesión de cada uno dentro del marco de los parámetros propios de la institución.

La fijación de metas es el eje con el cual los estudiantes referencian su espíritu emprendedor. Se recomienda aplicar los instrumentos periódicamente y combinar la aplicación con algunas estrategias de fortalecimiento de características propias del emprendedor.

Así mismo, es recomendable dar continuidad al desarrollo de estudios de esta naturaleza que creen distancia de la formación de personas como empleados tradicionales, para transformarlos en emprendedores bien sea internos o externos a la compañía. Esto podría establecer un diferenciador interesante en el marco de la construcción de los perfiles de egresados de los diferentes programas de la Universidad. El estudio evidencia la necesidad de fortalecer el perfil emprendedor no solo como propuesta de grado sino como una forma de profesionalizar al egresado. Por esta razón, se sugiere identificar instituciones de fomento al emprendimiento a las cuales les pueda interesar la implementación de investigaciones similares,

lo cual permitiría fortalecer la estructura de investigación de la Escuela de Negocios y avanzar en su propósito de socialización y extensión social.

Bermúdez (2010). *Apropiación del emprendimiento en algunas de las organizaciones más representativas en la generación de unidades productivas en la ciudad de manizales:*

> Se trata de un estudio de naturaleza cualitativa, dentro de una perspectiva objetivista, ubicado en la primera modernidad, lo cual le da un carácter descriptivo-analítico; donde la categoría del emprendimiento relacionado con las actuales dinámicas del mundo del trabajo, establece una relación que va desde los actores y autores de experiencia, hasta los escenarios que sustentan la dinámica económica laboral en la ciudad de Manizales. La base poblacional para el muestreo fueron los lideres o coordinadores de los programas de emprendimiento y docentes del SENA, de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Autónoma de Manizales, el Núcleo de Asesoría Empresarial de la Universidad de Manizales (NAE), y el Modelo de Asesoría Empresarial de la Cámara de Comercio de Manizales. Igualmente, se tomó como muestra una parte de la población que estudia en los diferentes programas, la cual se seleccionó de manera aleatoria a través de un taller que se desarrolló con el consentimiento de los líderes de los programas. Como resultados se obtuvo que se denota una debilidad en torno a la implicación que dichos contenidos puedan ofrecer en cuanto a la articulación entre generación de unidades productivas y desarrollo. El factor económico, como uno de los elementos que más se requiere para ser un emprendedor con éxito, se establece centrado en la dificultad, no en la oportunidad. Ello significa que, aunque se logre visualizar una tendencia significativa de factores motivacionales intrínsecos, las restricciones financieras para establecer un plan de negocio bajo la lógica emprendedora

hacen que su viabilidad no sea clara, y por tanto ello se constituya en un factor que afecta negativamente el nacimiento de nuevas ideas y proyectos emprendedores. Los pequeños y medianos empresarios, se relacionan con una debilidad en torno a la formación para el emprendimiento, lo cual implica finalmente que son pocos los proyectos productivos que son avalados financieramente, y en tal sentido su viabilidad se hace menos factible. Para los líderes de algunas organizaciones representativas que generan unidades productivas en la ciudad; los programas buscan iniciar un proyecto empresarial, cimentando teóricamente y económicamente viable, no obstante, son pocos los proyectos avalados. Tanto líderes como estudiantes reconocen que es mejor ser empresario porque se potencializan las capacidades humanas, pero reconocen como barrera importante el miedo al riesgo, a la inversión, a crear a innovar, lo que se relaciona con aspectos motivacionales y de orden psicológico. La formación corto-placista e instrumental, común en los programas de formación en negocios, debilita el espíritu emprendedor de los estudiantes y desestimula en ellos la valentía de elegir el arduo camino que supone la producción sustancial de riquezas y los riesgos de la actividad empresarial. Para la persona que participa en programas de generación de empresa, la familia es importante para el inicio de nuevos proyectos en su vida, sin embargo, en un alto porcentaje de los casos, esta no siempre demuestra apoyo ya que no creen en la viabilidad de este tipo de propuestas, no hace parte de la cultura y el imaginario de las personas de esta época. Los lideres y docentes de las organizaciones reconocen que aún falta gestar de manera progresiva una cultura del emprendimiento acorde con las políticas sociales y relaciones sistémicas del individuo con su entorno; en la ciudad de Manizales; en las cuales se evidencia que se ha dado especial atención a otros aspectos técnico, logísticos y operativos, aún falta por fortalecer aspectos de formación,

que reconozcan los elementos que el ser humano debe explorar y apropiar en torno a esta temática.

2.1.2 Antecedentes internacionales

Ruiz , Nahuat, & Moreno (2016). *El comportamiento emprendedor en México*:

Con los cambios económicos a nivel mundial, la globalización en curso, los países del orbe tienen como principal reto que sus ciudadanos tengan un ingreso económico justo que accedan a los bienes y servicios principales para una vida digna, sin embargo las crisis recurrentes han atorado el progreso, solamente algunos países desarrollados han podido salir, quizá gracias a que su actividad económica no se basa solo del país de origen si no tratan de expandirse a otros mercados internacionales mediante la innovación de productos nuevos, con el análisis de datos oficiales de organismos acreditados en el mundo sobre creación de empresas, se exploró el grupo de edades, escolaridad y tipo de mercados en los que incurren para su permanencia, los resultados arrojados respecto a México es que la mayoría de sus empresas se reduce a un mercado interno compitiendo además con productos de poca innovación. Para este estudio sobre la actividad emprenderá se analizarán realizarán análisis de tres factores importantes que ayudan a esta actividad. La base de la economía de su empresa y donde se dirige.

Principales clientes. Mercado Internacional o Nacional Innovación de productos. Productos nuevos. Competencia sobre los productos. Mercado nuevo o existentes. Política Gubernamental. Educación y emprendidurismo. Política económica. Las variables que se examinaran se mencionan a continuación: A) Emprendedor, b) Innovación empresarial, c)

Competitividad. Como primera contribución encontramos que innovación es muy importante para el emprendimiento. Es contradictorio que aun y América Latina este tratando de innovar en sus productos, no se ve reflejado en las exportaciones y sigue compitiendo en un mercado ya saturado y competidor.

La tasa de emprendimiento general en México es del promedio de 20 % distinguiéndose las edades de 25 a 54 años, es importante más no suficiente, porque contrastando con la mortalidad se menciona que cierran sus puertas son las del 44-9% por no ser rentable, pero si volvemos a comparar con el 5.7% que dijo que surgió un trabajo u otra oportunidad nos habla de que los emprendedores que fracasan en el mayor de los casos no intentan nuevamente incursionar en este sector. (p. 1,5,6)

Romero & Milone (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos:

Los emprendedores son los principales creadores de empleo facilitando la regeneración económica y social de los países. La situación de crisis económica-financiera y social acontecida en los últimos años ha dado lugar a un nuevo escenario que suscita especialmente la necesidad de profundizar en el estudio de los determinantes del emprendimiento. El objetivo de este trabajo es analizar la actitud o intención que se tiene hacia el emprendimiento, así como las principales motivaciones y dificultades a la hora de emprender un proyecto empresarial en la sociedad actual. Los resultados muestran que la gran mayoría de los encuestados tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento. Conseguir autonomía en el trabajo, autor realizarse y encontrar una alternativa al desempleo son las principales motivaciones pero el miedo al fracaso y el entorno social

poco favorable les limita a la hora de emprender. Para analizar el emprendimiento en España hemos utilizado la base de datos de Amway Global Entrepreneurship 2015, elaborada por la Universidad Técnica de Múnich y el Instituto GFK, en colaboración con Amway, que recoge información de emprendimiento en 44 países. Esta base contiene datos de emprendimiento con una muestra, en 2015, de 49.775 hombres y mujeres de entre 14 y 99 años encuestados en un total de 44 países participantes, con grupos representativos de la población en cada uno de ellos. La información se recoge mediante entrevistas cara a cara y telefónicas. En el caso de España, la muestra cuenta con 1019 hombres y mujeres. La muestra se ha obtenido siguiendo un procedimiento aleatorio. Aplicando P=Q=0,5 el error muestral asociado a todas las estimaciones obtenidas es de ±3,07%. Del total de la muestra el 48,8% son hombres y el 51,2% mujeres. El 29,3% tienen entre 15 y 35 años y el 70,7% restante 36 o más años. El 20,9% son del noreste de España, el 14,7% del este, el 19,2% del sur, el 21,8% del centro, el 9,5% del noroeste, el 9,3% del norte y el 4,6% de Canarias. El estudio se llevó a cabo mediante entrevistas cara a cara utilizando un cuestionario

En cuanto a la intención emprendedora, el 69% de los encuestados muestran una actitud favorable. En comparación con el año anterior (64%), la actitud positiva aumentó un 5%, y desde 2013 un 9% (60%). Además, la actitud es aún mayor entre aquellos que tienen estudios universitarios (84%). Este resultado puede explicarse por el hecho de que un emprendedor no sólo nace, sino que también se hace. Por ello, la formación universitaria así como la experiencia profesional facilitan esta actitud. De hecho, en los últimos años, la edad media del emprendedor ha aumentado, en parte al tiempo que previamente invierte en su formación. En términos de edad, las personas más jóvenes (por debajo de 35 años) son los que muestran una actitud más positiva (81%), frente a los que se

encuentran entre 35 y 49 años que muestran un 70% o los mayores de 50 años que sólo un 60% tiene una actitud positiva al emprendimiento.

Formichella & Massigoge (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local.*

Ante la actual falta de empleo comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo. En consecuencia, el concepto de emprendimiento ha cobrado mayor relevancia para nuestra sociedad.

El objetivo de este trabajo es estudiar algunos aportes teóricos que se han realizado sobre emprendimiento, y analizar la importancia del espíritu emprendedor en el orden social.

Se pretende comprender la relación existente entre emprendimiento y otros conceptos como, educación, empleo y desarrollo. Se intenta estudiar si la educación puede propiciar que los individuos adquieran actitudes emprendedoras y el rol que el Estado tiene en este sentido; si la existencia de emprendimientos puede disminuir el desempleo; y si por haber espíritu emprendedor en una comunidad, se generan efectos positivos para el desarrollo de la misma. A su vez, al aumentar las cualidades emprendedoras de la comunidad, aumenta la aparición de nuevas e innovadoras iniciativas en la misma, y se facilita la tarea de los agentes de desarrollo, favoreciéndose así la generación de proyectos y la formación de redes sociales. De esta manera, se propicia el desarrollo local en ese territorio, y una sociedad más desarrollada mejora sus niveles de educación, mejorando también la educación en emprendimiento y retroalimentándose así el círculo virtuoso.

Canet, Redondo, Escribá, Balbastre, Revuelto & Saorín (2019). Prácticas de recursos humanos y comportamiento intraemprendedor: la influencia del género en esta relación: De cara a dar respuesta a la enorme competitividad del entorno actual, es imprescindible contar con individuos implicados e involucrados en la ejecución de un proceso intra-emprendedor para buscar nuevas oportunidades de negocio. Para fomentar este comportamiento intraemprendedor en las organizaciones, es necesario adoptar determinadas herramientas, relacionadas con el diseño organizativo y las prácticas de RRHH en la empresa. La función de RRHH se considera fundamental para alentar un comportamiento innovador, proactivo y orientado a la asunción de riesgos, lo que se supone que desembocará en un incremento de los resultados de innovación y una mayor ventaja competitiva de la empresa. En este sentido, nuestro trabajo tiene como principal objetivo analizar en qué medida la percepción de los empleados del sistema de prácticas de RRHH aplicado en su empresa es coherente y consistente, y si contribuye a impulsar su comportamiento intra-emprendedor. Además, se analiza si esta relación varía en función del género, dado que la literatura tradicional atribuye roles distintos a hombres y mujeres respecto al comportamiento intra-emprendedor. Las hipótesis se contrastaron utilizando modelos de ecuaciones estructurales (SEM) con una muestra de 297 empleados que desempeñan puestos intensivos en el uso de conocimiento, en seis empresas ubicadas en la Comunidad Valenciana.

Los resultados muestran la relación positiva entre las percepciones sobre las prácticas de RRHH y el comportamiento intra-emprendedor, pero no muestran diferencias significativas en esta relación según el género.

2.2 BASES TEÓRICAS

Nuestra revisión bibliográfica destaca los estudios que abordan el concepto y la composición del emprendimiento, estableciendo su importancia para el funcionamiento y el éxito de los emprendimientos y emprendedores a largo plazo, a partir del potencial que tienen los activos intangibles para la generación de organizaciones sustentables en el tiempo. Algunos de ellos llegan incluso plantean modelos de emprendimiento. Encontramos que, a pesar de la variedad existente en la denominación de dichos componentes, el emprendimiento es la expresión más utilizada de todas para denominar el objeto del presente trabajo de investigación.

2.2.1 Emprendimiento.

Para Kundel (1991):

> La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio. (Citado en p.16)

Stevenson (1983, 1985, 1990, 2000). “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (p. 4). Drucker (1986) expresa en su libro La innovación y el empresario innovador:

> El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad. (p. 16).

Según Sen (1999), es necesario considerar que:

> Si una sociedad desea obtener mayores cantidades de riqueza o producto, no es porque lo desee en si mismo, sino porque por medio de éste podrá conseguir una mejor calidad de vida. Sin embargo, aclara que este crecimiento es una condición necesaria, pero no suficiente para que la población experimente mejoras en su standard de vida, ya que el crecimiento del ingreso nada dice acerca de su distribución. Por eso sugiere la necesidad de no sacar conclusiones teniendo sólo en cuenta el concepto de crecimiento y propone ir más allá. Al igual que Aristóteles, define al crecimiento del producto como "un instrumento para conseguir otro fin. Alfred Marshall, economista británico, consideró que el *espíritu empresarial* es el elemento que está detrás de la organización, orientándola y manejándola. (p. 6,7,8).

Según Castillo (1999):

> El término entrepreneur fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía.

Cantillon define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

Según Burnett (2000) Mill, otro autor de origen británico, enfatizó más la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico y expresó que el desarrollo del

“entrepreneurship” requiere de habilidades no comunes. Expresa que tiempo después el economista francés Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

Marshall (1880) introdujo:

> El concepto de que los factores de producción no son tres, sino cuatro. A los factores tradicionales: tierra, trabajo y capital, le agregó la organización, y la definió como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Él creyó que el entrepreneurship es el elemento que está detrás de la organización, manejándola. Y estableció que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa.

Schumpeter (1957) plantea “La existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó “destrucción creativa” a las tareas que realizan este tipo de empresarios”.

Schumpeter (1942):

> Utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de así en su libro Capitalismo, socialismo y democracia: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o mas comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno

> viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.

Ludwig Von Mises, (citado en Gunning , 2000), identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor.

> La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor "soporta" la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

Kizner (1998), plantea que:

> la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina elemento empresarial en la acción individual humana. Él lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que resulta necesario para definir los fines a alcanzar y los medios que harán posible la consecución de dichos fines.

Según Castillo (1999) indica que Howard Stevenson, profesor de la Universidad de Harvard, realizó en la década de los '80 un análisis acerca de la mentalidad emprendedora, y concluyó que "se basaba más en las oportunidades que en los recursos".

Pinchot (1999) utilizó el termino intrapreneurship:

> Para referirse al "espíritu empresarial" y hacer referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas. Según él, este espíritu es el que hace que existan iniciativas de proyectos y negocios en las mismas. Este autor expresa que el emprendedor que habita en la empresa posee un importante rol, y que es quien puede hacer realmente que una idea se desarrolle comercialmente, ya que muchas empresas logran crear ideas, pero no llevarlas a cabo. Según él, los intraemprendedores aportan su visión empresarial, su compromiso, su esfuerzo y su investigación en pos de la compañía, y de esta manera se observa que conforman un pilar fundamental para que la empresa crezca.

Scott Kundel (citado en Dehter, 2001), también rescata la importancia de los intraemprendedores. Él plantea:

> La existencia de emprendedores independientes y de emprendedores que se desenvuelven dentro de las empresas como empleados. Y destaca que estos últimos también pueden renovar las estructuras existentes, formar nuevas estructuras o crear nuevos productos o nuevos procesos de producción o gestión.

Definiciones. Desde las corrientes personalistas y cognitivas, Según Saber y Scott (1991) "Se define por un cierto número de atributos psicológicos descritos tanto por la personalidad como por los procesos cognitivos activados por las circunstancias". Mientras que para Gartner (1988) "es el conjunto de actividades que pone en marcha para crear una organización". Casson (1991) es la persona que "Se especializa en la toma intuitiva de decisiones pensadas, relativas a la coordinación de recursos raros". Para Bygrave y Hofer (1991) "Es aquel que desarrolla oportunidades y crea organización para explotarlas". Pero Kundel, lo ve como una "gestión del

cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio". Para Kirzner (1973) en su ya conocida teoría del empresario propone "que el empresario es el motor interno de la economía de un país, donde aprovecha oportunidades y obtiene ganancias que a su vez se convierten en oportunidades de negocio para otros". Para Robbins (1999):

> Una necesidad no satisfecha crea una tensión al interior del individuo que origina estímulos dentro del mismo, dando como resultado la generación de un comportamiento de búsqueda de metas específicas, que de lograrlo satisfarán la necesidad llevando a la reducción de la tensión.

Características. Existen diferentes características para (Morris, Davis & Allen, 1994; Fackeldey, 1992 & 1995; Verstraete, 1999; Torrés, 2001) afirman que:

> El ámbito sociocultural, es una perspectiva que supera la aproximación individualista del emprendedor para focalizarse en los factores determinantes del entorno como lo son aspectos culturales y religiosos, las estructuras sociopolíticas y las relaciones industriales.

Mientras que para Stevenson & Jarillo, 1990; Varela,2008:

> Hay tres categorías principales para clasificar los estudios de emprendimiento según su ámbito. En primera instancia el psicológico que por su connotación se aproxima a los aspectos comportamentales y característicos del individuo que puede desarrollar una actuación emprendedora tipificada a cualquier tipo de organización incluyendo la empresarial. El segundo enfoque se refiere a los aspectos de orden sociocultural, es decir a la relación existente entre el medio entendido como entorno y como este afecta

sistemáticamente el surgimiento de las empresas. El tercer enfoque obedece a las aproximaciones realizadas por inherentes al abordaje del emprendimiento como un problema económico tomando como sustento la tesis de Shumpeter(1934) acerca del fenómeno de la “destrucción creativa” como patrón estructural del emprendimiento.

Para McClelland (1961), Collins, Moore y Unwalla (1964) y posteriormente los trabajos de Bihde (2000) y Timmons, Spinelli (2008). La definición de rasgos de personalidad emprendedora están asociada a “ factores tales como motivación al logro, propensión a asumir riesgos, necesidad de independencia, locus de control interno, intuición y visión de futuro y desarrollo de iniciativa”.

Tipos de emprendedores.

En términos de clasificación Torrés (2001) establece 4 tipologías, a saber:

a) “a) emprendedor liberal; b) emprendedor en red; c) emprendedor corporativista; y d) Emprendedor informal (figura 1). El emprendedor liberal y el emprendedor en red se refieren a una aproximación moderna del emprendedor. En contraparte el corporativista, y el informal se refieren a una perspectiva tradicional del emprendedor”.

Para el modelo GEM (1999):

Estos individuos obedecerían a la categoría de empresarios por necesidad asociados a grupos minoritarios tales como inmigrantes, étnicos, desempleados o religiosos, los cuales por su condición social marginal buscan en la constitución y desarrollo de empresas el mecanismo adecuado no solo para el mejoramiento de las condiciones económicas propias sino también para el logro de una posición social.

Para Mc-Clelland (1961):

> El individuo tiene diferentes motivaciones, pero rara vez todas con la misma fuerza. Una persona puede tener una alta necesidad de afiliación, baja necesidad de poder y una necesidad moderada por el logro, este tipo de persona tendería a pensar más en amistad que en hacer un buen trabajo y controlar a otros, etc. Su motivación al trabajo sería en un orden diferente a la de un empleado con alta necesidad de logro y baja necesidad de afiliación y de poder. Que esas necesidades son aprendidas de los padres o de las culturas. Derivado de su reflexión global del problema descubrió diferentes patrones de necesidades para diferentes culturas, por ejemplo en Latinoamérica la necesidad de poder y control son factores dominantes, a su vez en India la necesidad de poder prevalece en los individuos.

Así mismo, Barba y Martínez, (2006) proponen que "el nuevo contexto mundial exige respuestas de la sociedad enfocadas al desarrollo local endógeno y la puesta en marcha de la capacidad empresarial que implica el desarrollo del trabajo productivo más allá de las barras del trabajo en sí mismo". Beck (1986). "Es importante entonces reconsiderar cuáles son las implicaciones para el desarrollo endógeno de las organizaciones y de los individuos" . Para Audretsch, Thurik y Verheul (2002):

> El punto de partida de esta nueva conceptualización de la política de desarrollo económico, es que todo espacio territorial dispone de una serie de recursos - económicos, humanos, institucionales y culturales-, susceptibles de movilización por parte de los propios agentes locales, con la finalidad de crear empleo y riqueza. (Citado en Barba y Martínez, 2006)

Para Castillo (1999) y Shapero (1982), la definición de emprendedor es vista desde la visión empresarista está más enfocada al preguntar: ¿Cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean operacionales?.

En el ámbito académico, el estudio del emprendimiento ha sido abordado fundamentalmente en tres escenarios. Los dos primeros se derivan de los estudios de Stevenson y Jarillo (1990), en los que después de exponer una amplia revisión de teorías que pretenden explicar en principio la problemática asociada al desarrollo empresarial se centran en el emprendedor como base del mismo. Para ello, estos dos autores distinguen dos enfoques que diferencian la perspectiva del problema.

El primero de ellos es el enfoque psicológico, el cual aborda el emprendimiento como un aspecto típicamente comportamental. El emprendedor es, entonces, un individuo dotado de una serie de características particulares que pueden terminar en una actuación emprendedora tipificada a cualquier tipo de organización incluyendo la empresarial. El segundo enfoque es el enfoque sociocultural, es decir, el que aborda el emprendimiento desde la relación existente entre el medio entendido como entorno y su afectación directa sobre el surgimiento de las empresas y emprendedores. El tercer enfoque obedece a los planteamientos de Varela (2008) inherentes a la comprensión del emprendimiento como un problema de orden económico.

En concordancia con esta caracterización McClelland sostiene que:

> Un emprendedor posee una alta motivación al logro, que lo impulsa a mejorar, afrontar obstáculos y calcular. Por otra parte, los emprendedores tendrían una alta necesidad de logro y baja necesidad de poder. Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro”

Ollé, Et al. (1997), McClelland describe que un emprendedor nato está impulsado por el logro, lo cual crea en esta persona una necesidad por enfocarse en sí mismo y la búsqueda por optimizar su propio desempeño. También es necesario recalcar que un emprendedor se caracteriza porque entiende que las tareas de éxito no pueden ser realizadas todas por sí mismo, por lo cual debe manejar un equipo de trabajo que hará cosas por la organización de acuerdo a las exigencias de ésta. (McClelland y Burnham, 2008) . Sostienen que un emprendedor debe tener la facilidad de influenciar a sus subordinados por lo que existe una necesidad de poder inminente que debe ser disciplinada y controlada para ser dirigida al beneficio de la institución como un todo y no hacia una satisfacción personal). Así mismo, McClelland también resolvió que el ambiente de trabajo creado por un emprendedor mide su efectividad y se refleja en la moral de sus subordinados; por ejemplo, al incentivar la responsabilidad y la fuerza en su equipo de trabajo, recompensarlos por los logros adquiridos, entre otros, crea un ambiente de organización de manera que los subordinados se sientan que hacen parte de la misma y que saben lo que están haciendo. El punto clave para mejorar el desempeño es el emprendedor y la creación e incentivo hacia el espíritu de trabajo (McClelland y Burnham, 2008).

Por tales razones y asumiendo las hipótesis planteadas por McClelland acerca del emprendedor, el análisis de los resultados así como también las conclusiones y recomendaciones se realizaron en función principalmente del nivel de calificación de las variables asociadas a la necesidad de logro, y de cómo potencialmente podría mejorarse el desempeño de las mismas en el tiempo, buscando responder a la pregunta de ¿Cuál es la caracterización de comportamiento emprendedor de las emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío.

Tabla 1. El emprendedor definido por diferentes autores

El emprendedor definido por diferentes autores

Autor	Definición de empresario
Peter Drucker	El trabajo del empresario es maximizar las oportunidades, que entiende como las actividades que se deben realizar, y no como las actividades bien realizadas, las cuales son la función principal del gerente.
Albert Shapero	El empresario debe tener como atributos la toma de iniciativa, la capacidad de organización y reorganización de los mecanismos sociales y económicos para convertir los recursos y situaciones en hechos prácticos, la capacidad de riesgo y la autoconfianza.
Gordon Baty	Define la función empresarial como la planeación, montaje, desarrollo, motivación y éxito de la empresa.
Robert Ronstadt	Definió la función empresarial como el proceso dinámico de crear riqueza incremental. La riqueza es creada por el riesgo que asumen los individuos en términos de capital, tiempo y compromiso personal.
Jeffry A. Timmons	Espíritu empresarial es la habilidad de crear y construir algo a partir de casi nada, es un acto creativo propio del

	género humano. Es tomar riesgos calculados y luego hacer todo lo posible para evitar la falla. Es percibir oportunidades. Es identificar, acumular y controlar recursos.
Batty	El éxito empresarial depende de la mente empresarial que es un actitud poco compasiva pero no feroz, confianza en la intuición y en la racionalidad, capacidad de pensar táctica y estratégicamente, capacidad de integrar muchos hechos en un plan de acción.

Fuente: Elaboración propia. Tomado de Varela (2001)

Comportamiento.

Tipos de comportamiento. Para Fishbein & Ajzen (1975) y Ajzen (1991, 2002). "El comportamiento humano se guía esencialmente por tres tipos de creencias, de orden conductual, normativo y de control".

Para Armitage &Conner (2001): Las creencias conductuales se refieren a las preferencias personales, capturadas de alguna manera por la actitud hacia el comportamiento y por la percepción positiva o negativa que se tiene de la realización de un comportamiento específico. Mientras que para Iglesias, et al. (2016):

> Las creencias normativas, por su parte, se refieren a las expectativas o percepciones sociales que se tienen de los grupos de referencia, tales como los padres, amigos o compañeros de estudios, entre otros. Estas creencias se perciben como una presión social

que establece la realización o no de una conducta determinada. Es decir, aplicado a la intención emprendedora, se establece un vínculo entre la intención de iniciar un negocio y las expectativas, la presión y la aprobación por parte de la comunidad más cercana.

Krueger, Reilly & Carsrud (2000), Armitage & Conner (2001), Shook, Priem & McGee (2003).

Las creencias de control reflejan la viabilidad o la factibilidad percibida de poder llevar a cabo un comportamiento y se denomina, entre los investigadores, control de comportamiento percibido, el cual comprende, a su vez, dos componentes distintos, llamados autoeficacia percibida y capacidad de control percibido, que ejercen un fuerte poder explicativo en relación con la intención de emprendimiento.

Componentes

Ajzen (2002) se refiere a la autoeficacia como la percepción de competencia, a la facilidad o dificultad de realizar una conducta, o incluso a la confianza que se tiene de llevarla a cabo. Para Monsen & Urbig (2009) la capacidad de control percibido alude a la medida en que los actores perciben que el rendimiento de un comportamiento específico depende de sí mismos y que los resultados están supeditados principalmente a sus propias acciones o a factores que no están bajo su control. Esta capacidad de control percibido comúnmente se mide a través del locus de control. Rotter (1966) y Levenson (1973): una persona con un locus de control interno cree que tiene influencia sobre los resultados por medio de su habilidad, su esfuerzo o sus habilidades, mientras que una persona con un *locus de control* externo piensa que las fuerzas externas no se pueden controlar y determinan los resultados. (Levenson,1973).

Empresa. Veciana (1999) realizó una clasificación de las principales teorías sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas (*entrepreneurship*), en donde las agrupa según el enfoque:

Tabla 2. Enfoque de análisis del emprendimiento

Enfoque de análisis del emprendimiento

Enfoques Nivel de Análisis	**Enfoque económico**	**Enfoque psicológico**	**Enfoque sociocultural e institucional**	**Enfoque gerencial**
MICRO (Nivel individual)	La función empresarial como cuarto factor de producción Teoría del beneficio del empresario	Teoría de los rasgos de la personalidad Teoría psicodinámica de la personalidad del empresario	Teoría de la marginación Teoría del rol Teoría de redes	Teoría de la eficiencia X de Liebenstein Teoría del comportamiento del empresario Modelos de proceso de la creación de empresas
MESO (Nivel de empresas) ***MACRO (Nivel global***	Teoría de costos de transacción Teoría del desarrollo	Teoría del empresario de Kirzner	Teoría de redes Teoría de la incubadora Teoría	Modelos de éxito de la nueva empresa Modelos de

de la economía)	económico de Schumpeter	evolucionista	generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores

Fuente: (Veciana, 1999, p. 16).

Teorías con un enfoque sociocultural o institucional. Para Collins, et al.(1964) o suceso disparador (Shapero, 1982). Encontró que "los individuos son más propensos a crear su propia empresa, a partir de esos factores negativos, son marginados o inadaptados, como consecuencia de un cambio en su estilo de vida anterior". (Shapero, 1982) lo llama "suceso disparador".

Para convertirse en empresario requiere una serie de condiciones (Brunet y Alarcón, 2004), es decir, un periodo de incubación, de maduración de la idea desde hace algún tiempo. Un suceso disparador que desencadene el proceso de creación de una empresa, un factor considerado negativo. Este tipo de eventos podría ser el desempleo de larga duración, el despido, falta de seguridad en el empleo, situaciones de rechazo de ideas, etc.

Teoría del rol

La teoría del rol trata de explicar cómo en algunas zonas geográficas existe mayor actividad de emprenderismo, mientras que en otras zonas es escasa. El entorno en el que predomina la abundancia de un sector industrial o bien la existencia de modelos emprendedores a seguir produce un efecto de arrastre que estimula la aparición de más empresarios (Nueno, 1996).

Existe una serie de factores del entorno que contribuyen a la creación de nuevas empresas:

- Hechos que fomenten una cultura empresarial.
- Existencia en el mercado.
- Actitud favorable de la sociedad hacia la figura del empresario. Valoración.
- Disponibilidad de recursos.
- Disponibilidad de mano de obra cualificada y directivos.
- Acceso a la financiación externa y capital riesgo.
- Acceso a centros de formación y servicios de asesoramiento. (Veciana, 1999.

Teoría de redes.

La teoría de redes implica que para el desarrollo de nuevas empresas es necesario establecer una relación entre los emprendedores con las redes sociales, con el objetivo de interactuar y cooperar con otros para la obtención de los recursos imprescindibles. Una red es un sistema coordinado de relaciones de intercambio establecido por diferentes empresas especializadas en las distintas actividades de la cadena de valor del producto (Fernández y Junquera, 2001.

La teoría de redes plantea que el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores proporciona múltiples interconexiones y reacciones en cadena, cuyo resultado es hacer circular la información y las ideas, y facilitar al emprendedor la creación de la empresa. Las relaciones que constituyen las redes son las que existen entre el empresario, el cliente, los proveedores, entidades de crédito, organismos públicos, amigos, familiares, instituciones empresariales, etc. Veciana (1988) estudia a las redes en cinco dimensiones: tamaño, densidad, grado de alcance, heterogeneidad y centralidad de los nodos.

Las redes se clasifican de diversas maneras, según distintos autores. Birley (1985) distingue entre redes formales (bancos, profesionales, cámaras de comercio) e informales (familias, amigos, compañeros de trabajo), manifestando que los nuevos empresarios se sirven más de estas últimas que de las redes formales. Szarka (1990) diferencia entre: redes de intercambio (constituidas por empresas y organizaciones con las cuales el empresario tiene relaciones comerciales); redes de comunicación (constituidas por los individuos y las organizaciones con las que el empresario no mantiene vínculos comerciales, pero le informan de aspectos del negocio); y redes sociales (constituidas por familia y amigos). Curran, et al. (1993) distingue entre redes obligatorias (aquellas a las que debe pertenecer el empresario para poder sobrevivir) y voluntarias (si ser obligatorias para su supervivencia, refuerzan su posición en el mercado). Asimismo, Bryson et al. (1993) las clasifica en: redes de demanda (clientes, nuevos negocios y contactos); redes relacionadas con la oferta y la cooperación con otras empresas suministradoras; y redes concernientes con el apoyo que suministran amigos y familia.

Teoría de la incubadora

La necesidad de crear y de desarrollar empresas ha animado a los gobiernos locales y regionales, universidades, cámaras de comercio, empresas privadas e incluso a organizaciones no gubernamentales, al establecimiento y desarrollo de programas de incubadoras (OCDE, 1999). La teoría de la incubadora destaca la importancia que poseen las organizaciones incubadoras Como elementos de estímulo empresarial. De acuerdo con esta teoría, la puesta en marcha de iniciativas empresariales viene determinada por la existencia de ciertas organizaciones que actúan como incubadoras de una idea de negocio durante un periodo de tiempo, hasta que, una vez madurada y demostrada su viabilidad, se materializa en una nueva empresa.

La National Business Incubation Association (NBIA) es la organización gremial más grande que se dedica a la incubación de empresas y al fomento de la capacidad emprendedora. Según NBIA, una incubadora de empresas es una herramienta del desarrollo económico, diseñada para acelerar el nacimiento y el crecimiento de emprendimientos a través del aporte de recursos y servicios que sirven de soporte para la empresa incipiente. Provee del acceso a espacio con renta apropiada y alquileres flexibles, servicios de oficina y servicios de soporte de equipos tecnológicos y asistencia para obtener el financiamiento necesario para el crecimiento de la empresa.

El Doctor José María Veciana Verges de la Universidad de Barcelona, quien hace una muy interesante reflexión sobre los temas de creación de empresas, afirma que según esta la teoría, la

Teoría de la ecología de la población

La teoría de la ecología de la población o de la ecología de las organizaciones trata de explicar cómo influye el entorno que determina el ciclo de vida de las empresas; nacimiento, crecimiento y muerte. Esta teoría planteada por autores como Hannan y Freeman (1977) y reafirmada por Baumol (1993) considera que el éxito en la creación de empresas está sobre todo determinado por el entorno más que por la propia habilidad o decisión de ser empresario. Veciana (1988) menciona entre los supuestos básicos de esta teoría que las formas de organización existentes en un momento determinado son incapaces de adaptarse a los cambios del entorno; además las modificaciones del entorno generan nuevas empresas; del mismo modo, las variaciones en las poblaciones de empresas obedecen a procesos demográficos de creación y disolución de estas.

Bygrave (1993) expone que la ecología de la población proporciona un modelo para la función empresarial tratando de predecir la probabilidad de nacimientos y muertes dentro de una población de empresas.

Teoría económica institucional

La teoría institucional trata de explicar cuáles son los aspectos sociales e institucionales que determinan a los individuos a emprender. Mientras las instituciones proveen el apropiado campo para que el crecimiento económico tenga lugar, el emprendedor será el mecanismo que genere este crecimiento (Boettke y Coyne, 2006). La existencia de una buena estructura institucional en un país ha permitido una mayor creación de empresas y un crecimiento económico superior respecto a otros países de similares condiciones, pero carentes de dicha estructura (Sobel, 2008). Adopción de instituciones tiene que preceder al comportamiento productivo del emprendedor, pues las instituciones son las que permiten la correcta instauración de empresas (Baumol, 2002).

Los autores Veblen (1904) o Commons (1934) dan origen a la teoría institucional a principios del siglo pasado, al observar la importancia económica de las leyes, hábitos o costumbres que conformaban el marco institucional en el donde se producían los hechos económicos. Pero es hasta 1990 con North, cuando revive la importancia del institucionalismo, para explicar el cambio y comportamiento de las organizaciones en función de las normas establecidas por las instituciones, pudiéndose convertir estas últimas en variables que expliquen el grado de desarrollo empresarial en los países. Diferencias en las instituciones y en las políticas de intervención, implican diferencias en el desarrollo empresarial de los países (Acemoglu y Robinson, 2000).

La teoría económica institucional de North, de 1990 a 2005 explica los cambios económicos e institucionales que surgen en un determinando entorno. Principalmente, analiza el desempeño económico en función de la evolución de las instituciones y de la interacción entre las organizaciones, políticas, económicas, sociales y educativas. (North, 1993, p. 3). Esta teoría considera las instituciones como los incentivos para crear una estructura económica productiva que permita el fortalecimiento de las economías. (p. 3). Para North (1990) son "las instituciones las que determinan las reglas de juego de una sociedad". Peng (2010) construye sobre la metáfora de "las reglas del juego". (p.93). North (1993), ganador del Premio Nobel de economía, define más formalmente las instituciones como "las restricciones humanamente planeadas que estructuran la interacción humana".

Tabla 3. Estudios sobre emprendimiento

	Autores	**Año**	**Tema/ Enfoque**
National report Del Global Entrepreneurship Monitor (GEM 1999)	*Monitor*)	(1999)	Este documento expone el emprendimiento como un fenómeno integrado por tres marcos esenciales: el individuo; las empresas, y el marco institucional, económico y político dentro de la sociedad; estos, de manera sinérgica pueden soportar y catalizar el

			desarrollo económico de los países.
Estudios de Stevenson y Jarillo (1990)	Stevenson y Jarillo	(1990)	Donde expone una amplia revisión de teorías que pretenden explicar en principio la problemática asociada al desarrollo empresarial y se centran en el emprendedor como base del mismo. Donde se distinguen dos enfoques. El primero de ellos es el enfoque psicológico y el segundo enfoque es el enfoque sociocultural.
Los trabajos de McClelland y de Collins et al.	McClelland y de Collins et al.	(1961) (1964)	Sobre determinados rasgos personales que caracterizan el comportamiento del empresario, y que son aceptados, aunque no sin cierta polémica, por una gran parte de los estudiosos del tema.

Estudios sobre la teoría motivacional	McClelland	(1961)	El cual dio como resultado la construcción de la teoría de las necesidades aprendidas de la motivación que se relaciona estrechamente con los conceptos del aprendizaje y donde el propone que muchas necesidades se adquieren de la cultura de la sociedad.
Estudios sobre definición de rasgos de personalidad emprendedora Los rasgos de personalidad emprendedora	McClelland Collins, Moore y Unwalla Bhide (2000) y Timmons & Spinelli	(1961) (1964) (2008)	Sus investigaciones convergen en la definición de rasgos de Personalidad emprendedora asociados a factores tales como motivación al logro, propensión a asumir riesgos, necesidad de independencia, locus de control interno, intuición, visión de futuro y desarrollo de iniciativa.
Los planteamientos sobre desarrollo endógeno	Barba y Martínez,	(2006)	Sobre el desarrollo local endógeno y la puesta en marcha de la capacidad empresarial que implica el

			desarrollo del trabajo productivo más allá de las barras del trabajo en sí mismo.
Las implicaciones para el desarrollo endógeno	(Beck,).	(1986)	De las organizaciones y de los individuos
La nueva conceptualización de la política de desarrollo económico	(Audretsch, Thurik y Verheul,	(2002)	Que sostiene que los recursos - económicos, humanos, institucionales y culturales son susceptibles de movilización por parte de los propios agentes locales, con la finalidad de crear empleo y riqueza
El nuevo factor de producción	Alfred Marshall	(1880)	Que introduce un nuevo factor de producción a los tres ya existentes: tierra, trabajo y capital
Desarrollo de nuevas	Burnett	(2000)	Donde reconoce que una

habilidades			persona puede aprender y adquirir nuevas habilidades.
		(1985)	
El elemento empresarial	Kizner	(1998)	Plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina elemento empresarial la acción individual humana.
Identificación del perfil emprendedor	Ludwig Von Mises	(1966)	Este autor especifica tres características fundamentales para que un individuo sea considerado emprendedor. emprendedor como evaluador, empresario y administrador de la incertidumbre.

Fuente: Elaboración propia.

Dado que esta investigación se centra en el componente del comportamiento emprendedor y la motivación procedió también a la revisión de antecedentes específicos en esta temática desde la perspectiva de su medición, fruto de la cual se reseñan los hallazgos más destacados:

2.1.1 Contexto territorial

El departamento del Quindío está ubicado en la zona centro occidental del país, se encuentra rodeado por el departamento del Valle del Cauca (por norte, sur y oeste) y por el departamento del Tolima (sur y oeste); también limita con Risaralda, por el norte3.Su área comprende 1.845 km2, haciéndolo el segundo departamento más pequeño del país. Está dividido en doce (12) municipios: Armenia (ciudad capital). Quindío tenía 565.266 habitantes para el año 2014, de los cuales habitaban en las cabeceras municipales el 87,75% y el 12,24% en el área rural[7]. Hay un menor número de población menor de 15 años en el sector rural, dando paso al envejecimiento demográfico y generando un bajo porcentaje de relevo generacional del sector. La estructura demográfica se caracteriza en la actualidad por una menor participación de población de niños y jóvenes y una mayor presencia de adultos mayores con respecto a los primeros años del presente siglo, donde 92.607 son personas de más de 60 años.

En el sector empresarial podemos encontrar que las empresas más grandes, de mayor posicionamiento en el mercado y que generan el más alto nivel de empleo en su mayoría son empresas del estado como: *Empresa de energía del Quindío s a, Departamento del Quindío, Caja de compensación familiar de Comfenalco seccional Quindío, Municipio de armenia, Ese hospital departamental universitario del Quindío san juan de dios, Empresas públicas de armenia e.s.p, Cooperativa de, caficultores del Quindío, Universidad del Quindío, Clínica central del Quindío s.a.s, Corporación autónoma regional del Quindío, entre otras.*

Por municipio un total de empresas frente a la población que se tiene (Ver Tabla 4):

[7] DANE. Población proyectada según censo general de 2005, porcentaje calculado por la Secretaria de Planeación departamental del Quindío, basado en la información publicada por el DANE, Población proyectada según censo general de 2005

Tabla 4. Número de empresas del Quindío en relación a la población por cada municipio 2019

Número de empresas del Quindío en relación a la población por cada municipio 2019

Municipio	**Número de empresas**	**Población Según Dane (2018)**
Armenia	(4.104 empresas)	298.197
La Tebaida	(131 empresas)	43.135
Circasia	(96 empresas)	30.141
Cordoba	(25 empresas)	5.294
Calarcá	(345 empresas)	77.988
Montenegro	(107 empresas)	41.434
Génova	(14 empresas)	7.768
Finlandia	(59 empresas)	13.467
Quimbaya	(135 empresas)	35.039
Salento	(101 empresas)	7.106
Pijao	(27 empresas)	6.097
Buenavista	(10 empresas)	2.807

Fuente: Elaboración propia

2.3 ANTECEDENTES LEGALES

En Colombia con la implementación de la ley 1014 (2006) Colombia (2017) " De fomento a la cultura del emprendimiento" se han fortalecido los esfuerzos regionales en torno al emprendimiento, para lo cual se han 32 redes regionales de emprendimiento que correspondientes a los 32 correspondientes. Lo que ha permitido establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento dentro de cada

departamento lo cual ha permitido generar planes estratégicos para el desarrollo de la cultura para el emprendimiento.

Generando una articulación de las organizaciones que apoyan acciones de emprendimiento innovador y generador de empleo en los doce municipios del departamento del Quindío.

El proceso de emprendimiento en el Quindío esta anexo a los planes que se tienen en Antioquia y el eje cafetero donde se vienen realizando actividades de sensibilización, semilleros de emprendimientos, concursos de planes de negocios, ruedas de inversión y ruedas de negocios, acceso a recursos reembolsables, concursos y ferias de emprendimiento o ideas innovadoras, trasferencia técnica a unidades de emprendimiento o colegios, portal web RRE, capacitación en temas de propiedad intelectual, articulación de oferta de bienes y servicios, observatorio de emprendimiento y monitoreo de oportunidades de negocio y acceso a crédito y garantías bancarias.

El gobierno nacional ha desarrollado una Política Nacional de Competitividad (PNC) (Política Nacional de Competitividad y Productividad, 2017) aprobada en el 2007. Donde se han estableció cinco pilares para la política de competitividad, basado en el desarrollo de sectores o *clusters* de clase mundial, un salto en la productividad y el empleo, la formalización empresarial y laboral, y fomentar la ciencia, la tecnología y la innovación, y por ultimo desarrollar estrategias transversales de promoción de la competencia y la inversión.

El emprendimiento se enfoca en la generación de nuevas empresas y productos que tengan valor agregado lo cual se articula con la ley de ciencia y tecnología (Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, 2009), que consiste en fomentar la innovación en el aparato productivo colombiano a través de un portafolio o conjunto integral de instrumentos que tenga los recursos y la capacidad operativa para dar el apoyo necesario y suficiente a empresarios e

innovadores. El reto en esta estrategia es optimizar el funcionamiento de los instrumentos existentes, acompañado del desarrollo de nuevos instrumentos como consultorías tecnológicas, adaptación de tecnología internacional, compras públicas para promover innovación y unidades de investigación aplicada, entre otros. Esta política requiere de un recurso humano capaz de generar y usar el conocimiento para la generación de riqueza.

2.4 MARCO LEGAL

El tema de emprendimiento en Colombia viene teniendo un alto valor en los procesos desarrollo en las diferentes gobiernos sin importar si son de carácter departamental o municipal. Para lo cual los gobiernos nacionales tanto los actuales como los que han pasado han desarrollados una serie de políticas y leyes que fortalecen el proceso empresarial desde el emprendimiento como forma de generar una nueva red de emprendedores.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009).

- Ley 29 de 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.
- 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, sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana
- empresa colombiana, modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010.
- Ley 789 (2002), por la cual se crea el Fondo Emprender.
- Ley 1014 (2006), de fomento a la cultura del emprendimiento.

- Ley 1286 (2009), por la cual se modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia,
- Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 393 (1991), por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.
- Decreto 585 (1991), por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 4466 (2006), por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.
- Decreto 2175 (2007), sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los FCP.
- Decreto 525 (2009) por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre la gradualidad del pago de parafiscales.
- Decreto 1192 (2009), por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

- La Resolución 470 (2005) de la Superintendencia Financiera, que permitió el establecimiento de Fondos de Capital Privado.
- La Circular 8 (2008) de la Superintendencia Financiera, que autorizó a las administradoras de fondos de pensiones del régimen de pensión obligatoria, para realizar inversiones en fondos de capital privado colombianos.

Instrumentos de planificación relacionados con el emprendimiento

- CONPES 3297 (26 de julio de 2004), que define la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad.
- CONPES 3424 (16 de mayo de 2006), sobre Banca de las Oportunidades.
- CONPES 3439 (14 de agosto de 2006), que crea el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad (Decreto 1475 de mayo de 2008) incluye al MCIT en la Secretaria Técnica y define que MCIT y Confecámaras coordinarán las Comisiones Regionales de Competitividad).
- CONPES 3484 (13 de agosto de 2007), sobre política nacional para la transformación productiva y la promoción de las Mipymes.
- CONPES 3527 (23 de junio de 2008), sobre la Política Nacional de Competitividad y Productividad. Según la Política Nacional de Competitividad y Productividad, un país puede aumentar el valor de su producción por 3 vías: produciendo más (productividad), produciendo mejor (aumentando la calidad) o produciendo nuevos productos (transformación productiva). El emprendimiento es fundamental para alcanzar la transformación productiva y de ahí su estrecha relación con la competitividad.
- CONPES 3533 (14 de julio de 2008), "Bases para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional".
- CONPES 3582 (27 de abril de 2009), "Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación".

- La Ley 1014 (2006) sobre el fomento a la cultura del emprendimiento

- La ley 1780 (2016) en la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil y por el cual se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo.

En el caso del departamento del Quindío, se han generado ordenanzas y se han establecido políticas que impulsen los proceso de emprendimiento en la región como: La Ordenanza No. 014 del 06 de agosto de 2019, *"Por la cual se promueve el desarrollo de la cultura de emprendimiento en las instituciones educativas oficiales del departamento del Quindío ".*

Así mismo por medio de la Ordenanza No. 008 (26 de mayo de 2016) se aprobó *El Plan de Desarrollo del Departamento del Quindío para periodo 2016 - 2019 "En Defensa Del Bien Común"* donde uno se tuvo uno de los pilares del desarrollo económico el emprendimiento como elemento que apoya la política de generación de nuevas empresas e innovación en la región**.**

De acuerdo a lo propuesto en el plan desarrollo 2016- 2019 el gobierno departamental a propuesto una línea *Hacia el emprendimiento, empresarismo, asociatividad y generación de empleo en el Departamento del Quindío.* Con proyectos de emprendimiento dinámico, innovador e incluyentes socialmente están inmersos en procesos de generación de conocimiento a partir de centros de pensamiento, al igual que una cultura de innovación y emprendimiento que permite fortalecer la capacidad de transformar las ideas en realidades propias de bienestar y desarrollo para la sociedad en general; con un ecosistema articulado que facilite el emprendimiento en diferentes modalidades como lo pueden ser start-up, spin off y emprendimientos de base tecnológica y tradicionales centrado en el escalonamiento productivo y la consolidación de empresas de la región. Fortalecimiento de las iniciativas de emprendimiento, empresarismo, asociatividad y generación de empleo, apoyando mecanismos de apalancamiento financiero, los cuales contribuyan al crecimiento empresarial y superación de la pobreza; apoyo a iniciativas

productivas de jóvenes emprendedores generando un espíritu emprendedor y empresarial, su vinculación a los circuitos económicos regionales en el marco de la seguridad y soberanía alimentaria y que a partir de conocimiento construido visionen nuevos negocios para que a futuro su trabajo se vea reflejado en el mejoramiento de la calidad de vida y su contribución a la economía del departamento; así mismo el apoyo a iniciativas productivas de inclusión social para grupos poblacionales con enfoque diferencial brindando una oportunidad de crecimiento económico y su vinculación a la actividad laboral, contribuyendo a emprendimientos sostenibles en el departamento. Donde se tienen metas de producto apoyar a doce (12) unidades de emprendimiento para jóvenes emprendedores y doce (12) unidades de emprendimiento de grupos poblacionales con enfoque diferencial.

2.5 MARCO CONCEPTUAL

Rasgo. Facciones del rostro: tener los rasgos muy abultados. Observados. Son galicismos las frases siguientes: trazar un relato a grandes rasgos, por referir rápidamente una cosa.

Actitud. Postura del cuerpo: actitud graciosa. Fig. Disposición de ánimo manifestada exteriormente: actitud pacífica. SINONIMO. Gesto, posición compostura.

Característico. Que pertenece al carácter: detalle característico. Que caracteriza: signo característico. Lo que da carácter distintivo, particularidad de una persona o cosa.

Competencia. Disputa o rivalidad entre dos sujetos: la competencia arruina a muchos comerciantes. Incumbencia: esto no es de mi competencia. Aptitud para algo.

Aptitud. Disposición natural o adquirida: aptitud para las ciencias. Inclinación.

Consolidación. Fase en la cual el emprendedor empresarial explora el diseño de nuevos productos y servicios, la ampliación de nuevos contactos y la identificación de nuevos mercados.

Contexto de ciudad. Condiciones sociales, económicas y culturales en medio de las cuales se desarrolla el emprendimiento empresarial.

Creación. Etapa posterior a la descripción y detalle de la idea de negocios en el documento denominado plan de negocios.

Cultura del emprendimiento. Condición social y económica reglamentada por la Ley 1014 de 2006, con el de impulsar y apoyar la creación de nuevas empresas.

Emprendedor Empresarial. Persona que movido por el espíritu empresarial

emprende la creación de una nueva empresa. oneidad para un cargo.

Emprendimiento de ciudad. Programas de emprendimiento empresarial

creados por las instituciones de la ciudad para impulsar y apoyar la creación de nuevas empresas.

Emprendimiento Empresarial: modelo social y económico que promueve

la creación de nuevas empresas como alternativa de generación de ingresos propios con fines de mejoramiento de la calidad de vida del emprendedor y de su familia.

Espíritu Empresarial. Deseo interior que impulsa al emprendedor

empresarial para planear, montar, operar y consolidar una nueva empresa.

Factores. Variables que se identifican para determinar las condiciones personales, sociales y económicas para crear nuevas empresas en el contexto de una ciudad.

Idea de negocio. Iniciativa que tiene el emprendedor empresarial de desarrollar un producto o servicio para producirlo y comercializarlo mediante el diseño y creación de una nueva empresa.

Nueva Empresa. Resultado final del proceso que inicia el emprendedor empresarial al ver materializada su idea de negocio.

Plan de negocio. Documento que describe y detalle los aspectos de mercado, técnicos, organizacionales, legales y financieros de una nueva empresa.

Ciclo económico. Consiste periodos que se repiten una y otra vez con fases de recesión y prosperidad cuyos efectos se sienten en todo un país, ocurren aproximadamente al mismo tiempo en muchas actividades económicas seguidas de recesiones, contracciones y recuperaciones generales similares que se consolidan en la fase de expansión del ciclo siguiente. “Esta secuencia de cambios se repite, pero no de forma periódica. Con respecto a la duración, los ciclos económicos varían de más de un año a 10 ó 12 años. Dicho en otras palabras, una recesión es una disminución significativa del nivel agregado de la actividad económica que dura más de unos pocos meses y una expansión es un aumento sostenido del nivel de actividad

Empresario. Es claro que el concepto de empresario hace énfasis en la empresa que éste toma a su cargo y más específicamente en el resultado de sus acciones. Es interesante pensar si sería válido seguir llamando empresario o empresaria a la persona en cuestión en el caso de que la empresa desapareciera, sea por quiebra o porque otra empresa la absorbiera. Si la esencia del objeto que lo caracteriza (la empresa) desaparece, no tendría sentido seguir llamándolo

empresario. Caso distinto para el concepto de “emprendedor” porque lo que le da sentido a su nombre es el continuo proceso innovado.

Motivación. Es una atracción hacia un objetivo que supone una acción por parte del sujeto y permite aceptar el esfuerzo requerido para conseguir ese objetivo. La motivación está compuesta de necesidades, deseos, tensiones, incomodidades y expectativas. Constituye un paso previo al aprendizaje y es el motor del mismo.

Pobreza. Es una situación o forma de vida que surge como producto de la imposibilidad de acceso y/o carencia de los recursos para satisfacer las necesidades físicas y psíquicas básicas humanas que inciden en un deterioro del nivel y calidad de vida de las personas. “Puede ser descrita o medida por convenciones internacionales, aunque pueden variar los parámetros para considerarla.

Programas de emprendimiento. Mecanismo institucional que se diseña e implementa para impulsar y apoyar la creación de nuevas empresas.

Puesta en marcha. Fase en la cual el emprendedor empresarial inicia la producción en masa y el mercadeo y venta de sus productos y servicios.

CAPÍTULO TRES

3.1 METODOLOGÍA

La presente investigación será un estudio descriptivo de tipo correlacional en el cual se relacionaran dos variables comportamiento y emprendimiento. Con respecto a una muestra la cual será los emprendedores apoyados desde la gobernación del Quindío por medio de la secretaria de Turismo Industria y Comercio. Para lo cual se utilizará un formulario de preguntas que se aplicara a la muestra seleccionada de 81 emprendedores previamente seleccionados con todos los sectores y de los diferentes municipios que conforman el departamento del Quindío. En este escenario, se requiere de una fuente de información adecuada que valide cuáles serían esas competencias necesarias a desarrollar, asumiendo el supuesto de que todo individuo posee en algún grado comportamientos emprendedores traducibles en competencias para el emprendimiento de negocios.

Gobernación del Quindío por medio de la secretaria de Turismo Industria y Comercio. Con esta información, la Gobernación del Quindío por medio de la secretaria de Turismo Industria y Comercio podrá trazar las respectivas estrategias necesarias para el logro de los objetivos asociados a desarrollo de competencias en sus potenciales emprendedores así como también aproximarse a la construcción de metodologías para la estructuración de perfiles diferenciados de los emprendedores y realizan un proceso de apoyo más enfocado que de mejores resultado en el emprendimiento y el fortalecimiento de los emprendimientos más avanzados.

3.1.1 Diseño general de la investigación

El diseño general de investigación comprendió *cuatro etapas***.** En la primera, denominada *problematización*, donde se realizó la descripción del problema y se definió la pregunta para determinar qué acciones contribuyen a mejorar los procesos de apoyo a los emprendedores que llegan a la Gobernación del Quindío, a partir de la medición y el análisis de sus dimensiones, todo ello fruto de la revisión tanto empírica como teórica llevada a cabo.

La segunda etapa fue *el modelo teórico y metodológico,* donde se realizó una revisión exhaustiva de antecedentes, bases teóricas y marco conceptual. Para llegar al diseño y prueba del instrumento.

En la tercera etapa se realizó *el trabajo de campo* en la ciudad de Armenia con los diferentes emprendedores apoyado a quienes se les aplico el instrumento en este caso la encuesta y por último la consolidación de la información para la obtención de resultados.

La cuarta etapa fue *el informe final*, donde se plasman los análisis y la discusión de los resultados a partir de los marcos teóricos e investigaciones realizadas por otros autores en comparación con nuestros resultados. Para terminar en una serie de conclusiones del respectivo estudio.

Para ello el instrumento debe medir en un momento del tiempo variables que permitan identificar cuál es el perfil o el comportamiento como emprendedores de los estudiantes, con el fin de proyectar unas metas de desarrollo de esos perfiles en un periodo de tiempo.

Ante este requerimiento se determinó que la herramienta más pertinente, por su validez científica y congruencia con la información requerida es preparándose para emprender. Esta prueba desarrollada por el programa para el fomento al emprendimiento de las Naciones

Unidas (EMPRETEC) consta de varios componentes para valorar aspectos tales como comportamiento emprendedor, habilidades emprendedoras y perfil emprendedor. Uno de ellos conocido como Características del Comportamiento Emprendedor o por sus siglas (CCE) relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland, (en cual describimos previamente como pertinente para comprender el comportamiento emprendedor) con un conjunto de variables asociadas a la personalidad del emprendedor, que validadas mediante un cuestionario estructurado de 55 preguntas, dan como resultado una caracterización del comportamiento del individuo categorizado en 10 variables asociados a emprendimiento,
las cuales se clasifican de la siguiente forma:

Necesidades de logro

- *Ser persistente.* Implica actuar frente a un gran desafío, actuar repetidamente y estar al tanto de la estrategia utilizada para afrontar el mismo. De la misma forma la superación de obstáculos haciéndole frente a estos, conlleva a los grandes emprendedores a alcanzar sus metas y objetivos. Los emprendedores son responsables y están comprometidos con sus resultados.

- *Buscar oportunidades e iniciativa***.** Las circunstancias no son un motivador para los emprendedores; un emprendedor actúa por iniciativa adelantándose a los hechos, aprovechando oportunidades y tomando delantera comprometido con su organización.

- *Buscar riesgos calculados.* Un emprendedor calcula riesgos deliberadamente, evalúa sus alternativas, toma decisiones, actúa para reducir riesgos o controlar resultados.

- *Exigir eficiencia y calidad.* La necesidad por realizar las cosas mejor y más rápidas, garantiza el cumplimiento de las normas de forma excelente, teniendo en cuenta procesos y requisitos para así cumplir y exceder las expectativas dentro de la organización.

- *Cumplir sus compromisos.* Un emprendedor valora la buena voluntad y resultados a largo plazo más que ganancias a corto plazo. Su esmero y sacrificio personal por la realización de una labor permite realizar las tareas más exigentes, así como su esfuerzo para satisfacer a su equipo de trabajo y clientes.

Necesidades de afiliación

- *Planificar sistemáticamente.* Para la toma de decisiones es necesario estipular tiempo de entrega de proyectos dentro de la organización, asignar tareas y hacer revisión de planes de acuerdo a las expectativas y recursos.

- *Buscar información.* Recurre a fuentes de información útiles para la empresa en cuanto a toma de decisiones se refiere. También un buen emprendedor se asesora de personas expertas que le aseguren una buena retroalimentación para llevarlo a cabo en la organización.

- *Fijar metas***.** Los retos personales son impulsados por las metas y objetivos que se fija el emprendedor, ya que tiene una visión clara y una necesidad de poder que permite que en el largo y el corto plazo se esfuerce por conseguirlas.

Necesidades de poder

- *Ser persuasivo y construir redes de apoyo***.** El sentido habilidad para formular estrategias le da la capacidad de influir en otros y el curso de la organización de acuerdo a la situación que afronte, también delega a personas claves que pueden tener un alto impacto en el ambiente organizacional y el desempeño del equipo de trabajo para alcanzar los objetivos propuestos.

- *Autoconfianza e independencia***.** Expresa confianza en su propia habilidad para enfrentar los retos y alcanzar el éxito de la compañía; al buscar la autonomía y el control de las reglas,

atribuye a sí mismo y a su conducta las causas del éxito y sus fracasos. En concordancia con esta caracterización McClelland sostiene que un emprendedor posee una alta motivación al logro, que lo impulsa a mejorar, afrontar obstáculos y calcular.

3.1.2 Población y Muestra

La Gobernación del Quindío en su proceso institucional de apoyar los procesos empresariales que permitan mejorar las condiciones de empleo y enfrentar la pobreza ha venido apoyado desde la Secretaria de Turismo Industria y Comercio 110 emprendedores de los cuales se tomó una muestra de 81 personas a las que se les aplico el instrumento. Donde se encontraban persona de diferentes edades, sexo, estratos, educación, sectores productores, municipios y zonas urbanas y rurales. De forma que garantizaran el tipo de investigación y la información obtenida. Utilizando un error de estimación del 5% y un nivel de confianza del 95% para la obtención de una prueba piloto.

Los resultados obtenidos se sintetizan en la siguiente tabla:

Tabla 5. Población y muestra de lo emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío

Población y muestra de lo emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío

Gobernación del Quindío	**Secretaria de Turismo, Industria y Comercio**	**Numero de emprendedores Apoyados**	**Muestra**
		110	81

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Elementos, variables e indicadores del comportamiento emprendedor

Elementos, variables e indicadores del comportamiento emprendedor

Elementos	**Variables**	**Indicadores**
Perfil, tipología o características demográficas del personal	Edad	Rangos de edad
	Genero	Masculino – Femenino
	Estrato	Niveles socioeconómicos
Conocimiento	Formación	Educación
Necesidades de logro	Capacidad para actuar	
	Persistencia	
	Deseo de prepararse	
	Logrado sus metas y objetivos	
	Responsabilidad en objetivos y metas propuestos	
	Nivel de responsabilidad y compromiso con lo que ha propuesto en su vida o su emprendimiento	
	Evaluación de la capacidad de iniciativa	
	Aprovechamiento de las oportunidades	
	Nivel de compromiso con su emprendimiento	

Capacidad de calcular riesgos
Capacidad para evaluar sus alternativas
Capacidades para tomar decisiones
Capacidad para reducir riesgos o controlar resultados
Saca tiempo para evaluar sus alternativas
capacidades para tomar decisiones
Necesidad por realizar las cosas mejores y más rápidas
El cumplimiento de las normas de forma excelente
Valora la buena voluntad y resultados a largo plazo
Esmero y sacrificio personal

	Su esfuerzo satisface a su equipo de trabajo y clientes
Necesidades de afiliación	Capacidad de tiempos de entrega de proyectos
	Capacidad de asignar tareas y hacer revisión
	Facilidad o dificultad para buscar fuentes de información
	Capacidad de escuchar a otros
	Tiene metas y objetivos que se fijados
	Tiene una visión clara de lo que quiere
	Capacidad de logro de las metas a largo y corto plazo
Necesidades de poder	Capacidad de influir en otros capacidad delegar en personas
	confianza en su propia habilidad

	Capacidad para responsabilizarse de los éxitos y fracasos
	Habilidad para ser persuasivo construir redes de apoyo
	Capacidad para conectarse con personas claves

Fuente: Elaboración propia.

3.1.3 Técnicas e instrumento de recolección de información

Se utilizaron técnica como la revisión documental que permitían tener contacto con las diferentes teorías planteamientos antecedentes propios El emprendimiento. Lo que permitió llegar a las fuentes secundarias que contienen información valiosa sobre el tema entendimiento a nivel de Latinoamérica, Colombia y la Universidad de Manizales que desarrollan investigaciones en el tema humano. Para recoger los datos empíricos se utiliza un formato denominado cuestionario del comportamiento emprendedor el cual permitía obtener información sobre edad, sexo, nivel educativo, sector empresarial, municipio en el que está ubicado el emprendimiento, así como cada una de las variables de las cuales entre queríamos información básica basados en la teoría de David McClelland en los temas de necesidades de logro afiliación y poder. El proceso y desarrollo de las encuestas se realizó directamente a cada emprendedor utilizando un formato sencillo el cual contenía 31 preguntas. Para lo cual se toma un mes completo el tema de

recolección de información debido a los niveles de complejidad que tiene cada emprendedor en su labor y los tiempos que requieren para desarrollar su buen funcionamiento.

3.1.4 Plan de recolección y procesamiento de la información

Con el fin de analizar Cuáles podrían ser los posibles problemas que se presentarán cuando se llenarán las encuestas por parte de los emprendedores, se realizó un pre test algunos empleados de la gobernación del Quindío y empresarios que visitaban la oficina. Con base en estos resultados no hubo necesidad de realizar ajustes demasiadamente sustanciales, algunos cambios se dieron en el tamaño de letra y en palabras que estaban confusas. Pero en términos generales tuvo claridad la encuesta para ser desarrolladas por cada persona.

Antes de realizar la encuesta se tuvo una charla con cada uno de los emprendedores en donde se les explicó cuáles eran los objetivos del estudio, la confidencialidad en el manejo de la información y la institución interesada en realizar esta investigación, así como cuáles eran los aportes que podía generara la investigación para el beneficio de ellos y también de la región y la academia en este caso la Universidad de Manizales la cual está preocupada por hacer aporte significativo al departamento del Quindío en especialmente en sus procesos gubernamentales que están basados en el fortalecimiento empresarial y la construcción de nuevas empresas. La consideración de este conjunto de acciones para aplicar el cuestionario permitió el contacto, la implicación y el aporte de todas las personas requeridas para obtener la información demandada por el estudio.

Una vez recolectados los datos por medio del instrumento aplicado las personas que reciben apoyo desde la gobernación del Quindío, en este caso el cuestionario sobre el comportamiento emprendedor se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

Se comenzó a analizar individualmente cada una de las variables como el sexo, la edad, el tipo de educación, el tipo de sector en el que está ubicado el emprendimiento, el municipio y las necesidades de logro afiliación y poder.

En segundo lugar, con la información así dispuesta, se efectuó el respectivo análisis acorde con los siguientes aspectos: Nivel de cada necesidad, sexo, edad, ubicación de los emprendimientos y educación. En varios casos realizando cruces entre edad educación con cada una de las diferentes variables logro poder y afiliación como se puede ver en los anexos finales. . Para el análisis de la información se utilizara el **SPSS** (Statistical Package for the Social Sciences) el cual es un conjunto de programas orientados a la realización de análisis estadísticos aplicados a las ciencias sociales. Con más de 30 años de existencia es, en la actualidad y que es el paquete estadístico con más difusión a nivel mundial.

3.2 HIPÓTESIS

Existe una relación significativa entre **factores asociados a las necesidades de logro, afiliación y poder "**Caso emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío“

CAPÍTULO CUATRO

4.1 RESULTADOS

Con respecto a los criterios de presentación se desarrollarán en dos fases, en primera instancia una descriptiva donde aparte de exponer la media de los resultados como factor de comparación de la escala, estos se presentan utilizando la premisa de observación, que se expone a continuación. La segunda fase de tipo interpretativo expone los resultados entendiendo que cualquiera de estos es susceptible de ser observado desde diferentes perspectivas que podrían ser incluyentes o excluyentes al criterio seleccionado en este estudio para tal proceso. Es visible para los investigadores que la descripción de variables cualitativas operacionalizadas en un criterio de análisis subjetivo que permite diferentes interpretaciones. No obstante, los supuestos para la interpretación de los resultados correspondientes a las premisas de observación 2 y 3, se exponen a continuación:

• ***Premisas de observación 1*.** Como lo menciona McClleland (1961), todos los individuos tenemos desarrolladas al menos en algún grado los factores de motivación. Esta afirmación concuerda con los resultados de la investigación, puesto que a pesar de que algunas de las variables obtuvieron calificaciones bajas ninguna dio como resultado cero. En este contexto una de las estrategias de interpretación fue la de seleccionar de las diez variables las tres con calificación más alta y más baja para identificar sus valores de contraste y relación con el contexto.

• ***Premisas de observación 2*.** McClelland se aproxima a la construcción de unas posibles categorías de perfil al indicar que un emprendedor posee una alta motivación al logro, que lo

impulsa a mejorar, afrontar obstáculos y calcular. Por otra parte, los emprendedores tendrían una alta necesidad de logro y baja necesidad de poder. Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro (Ollé, M. Et al. 1997). Esta categorización indica a la luz de esta investigación un comportamiento emprendedor "IDEAL" significa personas con una inclinada necesidad de logro y una menor necesidad de poder.

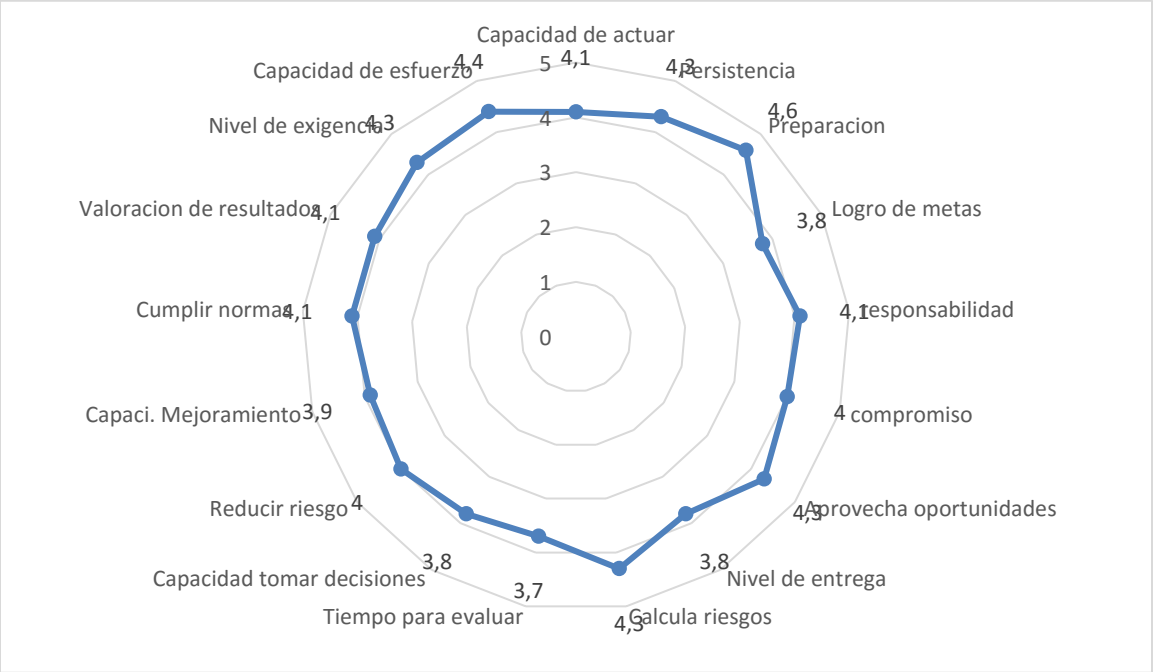
• ***Premisas de observación 3.*** Como se mencionó previamente, las variables asociadas a necesidades de logro son: búsqueda de oportunidades e iniciativa; persistencia; cumplimiento; exigir eficiencia y calidad y correr riesgos, para lo cual se realizará un análisis con mayor detenimiento en cada una de ellas.

4.2 RESULTADOS DE CONTEXTO

La investigación nos indica que los emprendedores apoyados por la Gobernación del Quindío se encuentran en un rango de edad de 30-40 años con un porcentaje de 34% un 27% están entre los 40-50 años, un 15% entre 20-30 años y 19% entre 50-60 años. Un 51% de los emprendedores son hombres y una 49% mujeres. 38% son profesionales o tienen especialización y 27% son técnicos. Se logró identificar que 24% de los emprendimientos se encuentran en el sector de servicio, el 22% en el sector de artesanías, 15% en el comercio y 14% en el sector de la agroindustria. La mayoría de los emprendedores tienen necesidades de logros con un promedio de 1 a 5 de 4,1 seguido por las necesidades de afiliación con una calificación de 4 y las necesidades de poder con 3.9. Lo cual representa un perfil débil en cuanto a las necesidades de poder.

4.2.1 Gráficos escala Likert

En el presente grafico los 81 emprendedores encuestados muestran el nivel que tienen de necesidades de logro y cómo influye en sus respectivos emprendimientos.



Gráfica 1. Necesidades de logro

Fuente: Elaboración propia

Después de la obtención de la matriz en Excel donde se descargaron las diferentes respuestas entregadas por cada emprendedor, se sacaron los promedios respectivos de cada pregunta para analizar cual son los énfasis en los que están más direccionados los emprendedores apoyados desde la gobernación cuando se trata de analizar las necesidades de logro.

Usando el SPSS podemos encontrar que el nivel más alto de capacidad de persistencia la tienen las personas entre 30 y 40 años seguido por las de 50 y 60 años y el más bajo lo tiene la gente con mayor experiencia en la vida como son las personas de 60-70 años. Al cruzar variables con la educación, el punto más alto de persistencia lo tienen la población con educación de profesional, seguida por los tecnólogos, mientras que el nivel más bajo las personas con niveles de maestría. Cuando se analiza el tema de persistencia en cuanto al sector empresarial donde se ubica el emprendimiento, encontramos que los mayores niveles para persistir se encuentran en los emprendimientos ubicados en los servicios, seguido del comercio, mientras que el nivel más bajo lo tiene la industria, el cual es un generador de un alto número de empleos en el mundo, lo cual no se ve reflejado en una región como el Quindío con una alta tasa desempleo. La iniciativa se convierte en una habilidad básica para los empresarios ya que les permite ingresar en negocios donde otros no lo hacen, aprovechando oportunidades. La investigación permite identificar que el nivel más alto de iniciativa y capacidad para identificar oportunidades lo tienen las personas profesionales, en segundo lugar bastante lejos las persona con educación de tecnólogo y secundaria, mientras el nivel más bajo lo tiene quienes tienen maestría. Se caracterizadas por ser personas entre 30 y 40 años y los más bajos niveles se observan en personas mayores a los 60-70 años. La iniciativa se ve en mayor nivel entre los hombre con un 53% mientras las mujeres tienen el 47%.

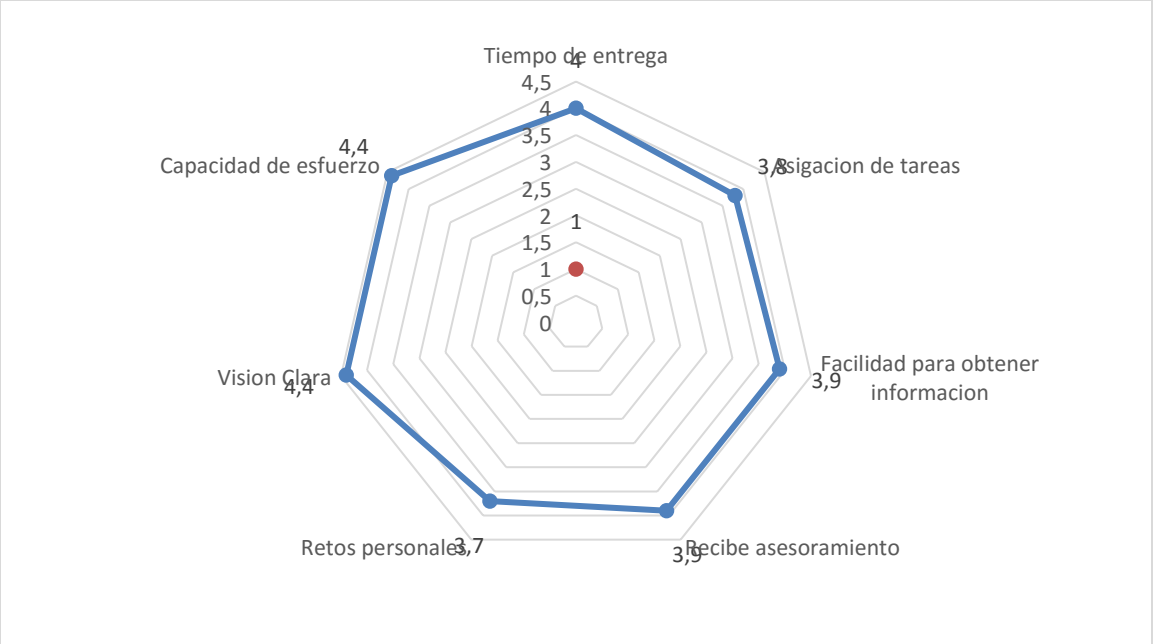
Ser empresario de éxito exige tener un alto compromiso con la eficiencia y la calidad en todo lo que se hace. Se encontró que tanto hombre como mujeres tienen un porcentaje de 50% en eficiencia y calidad. Se encuentra que lo mayores niveles los tiene las personas entre 30 y 40 años, mientras los más bajos las personas de más de 60 años. Generalmente son personas con

nivel profesional o tecnólogo y en el sector donde más se aplica es en sector de los servicios y artesanal y en el que menos se da es el industrial.

En cuanto a cumplir los compromisos los altos niveles se encuentran en personas de 30 a 40 años, seguido por los de 40-50, es igual tanto para hombres y mujeres con un 50% cada uno. Los más altos niveles se dan entre personas con educación de profesionales , tecnólogo y secundaria y se encontró que tiene mayor énfasis en los sectores de servicio, mientras que el nivel más bajo se encontró en el sector industrial.

Pero se encuentra que son personas con dificultades cuando se trata de sacar tiempo para evaluar lo que realiza o se planea con un promedio de 3,7 , como lo indica Ludwig Von Mises (1966) citado por Gunning (2000), la cual es una característica fundamental para que un individuo sea considerado emprendedor:

> Se tienen dificultades como ser un evaluador. Es decir, calcula beneficios y costos numéricos, con base en los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. (Formichella: 2004: 12). Las cuales son característica que afecta el éxito y fracaso en muchos casos en los emprendimientos que se desarrollan en el Quindío.



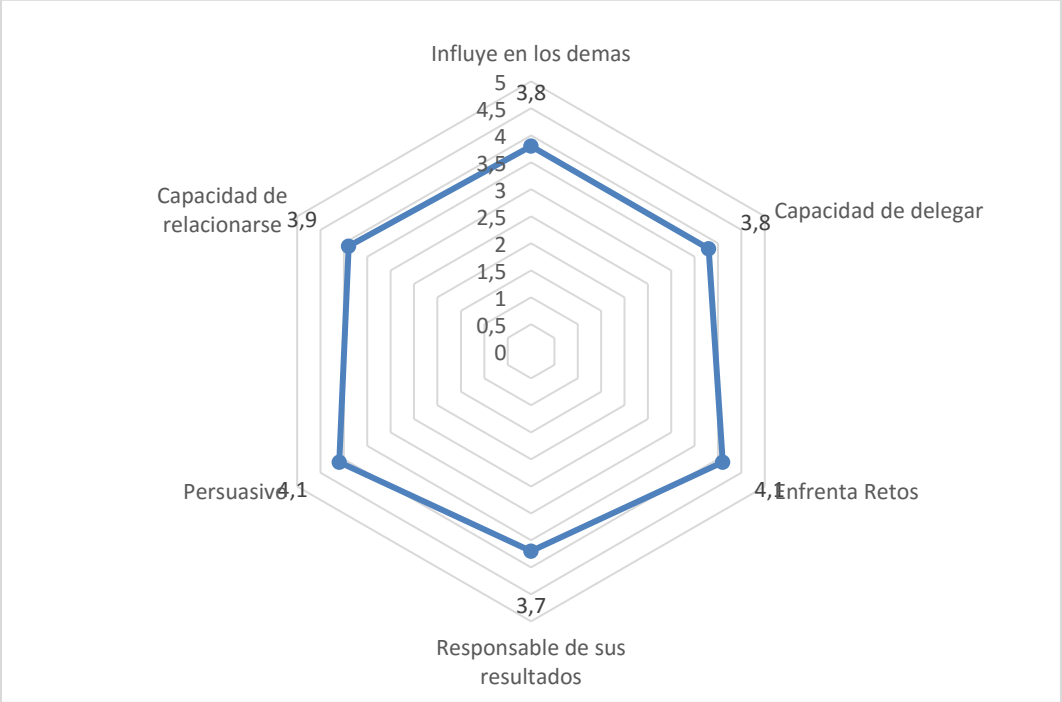
Gráfica 2. Necesidades de afiliación

Fuente: Elaboración propia

Las necesidades de afiliación están relacionadas con la capacidad para planificar sistémicamente, establecer metas y buscar información en este caso la capacidad va dirigida a como se conectan con cliente, proveedores, entidades de financiamiento, apoyo, aliados, e, inversionistas.

El porcentaje más alto de planificación sistémica lo tienen las personas que se encuentran en los sectores de servicios y artesanal, mientras los más bajos se dan en el sector industrial, los profesionales tienen mayores niveles de planificación mientras los magister tienen el más bajo. Los hombres alcanzan un porcentaje del 56% mientras las mujeres un 46% caracterizado por que son personas entre 30 y 40 año, mientras el porcentaje más bajo lo tiene los mayores a 60 año. Al analizar la variable establecer metas se encontró que las personas entre 30 y 40 años alcanzan los mayores niveles, siendo en su gran mayoría personas profesionales y que sus

emprendimientos se encuentran en los sectores de servicio y artesanales. Cuando se trata de buscar información se les hace más fácil a las personas entre 30 y 50 años y con un porcentaje mayor para las mujeres 54% frente al 46% de los hombres. En su mayoría profesionales seguidos de tecnólogos de 30 a 40 años. La facilidad para generar redes de apoyo se da en mayor nivel en profesionales de los sectores de servicio y artesanal personas que están entre los 30 y 50 años.



Gráfica 3. Necesidades de poder

Fuente: Elaboración propia

Las necesidades de poder están muy relacionadas con la capacidad para desarrollar redes de apoyo y el nivel de autoconfianza e independencia que tiene cada emprendedor y que se relacionan con la capacidad para influir en los demás y hacer que hagan lo que ellos desean. Lo cual afecta en gran medida el éxito o fracaso del emprendimiento como lo indica

(McClelland, D; Burnham, D. 2008) “Que el ambiente de trabajo creado por un emprendedor mide su efectividad y se refleja en la moral de sus subordinados”.

La capacidad para desarrollar redes de apoyo se ve más reflejado en los profesionales con bajo nivel de las personas con maestría con edades de 30 a 40 años lo menores niveles lo tiene las personas mayores de 60 año y los jóvenes de 20 a 30 años con iguales porcentajes hombres y mujeres 50% en su mayoría profesionales de los sectores de servicios seguidos por el sector artesanal. Buscando ser más independientes y con mayores niveles de autoconfianza lo profesionales como lo ha mostrado el estudio personas de 30 a 50 años de los sectores de servicios y agroindustriales.

Los resultados nos permiten relacionar la investigación con lo propuesto por McClelland sostiene “Qué un emprendedor posee una alta motivación al logro, que lo impulsa a mejorar, afrontar obstáculos y calcular. Por otra parte, los emprendedores tendrían una alta necesidad de logro y baja necesidad de poder. Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro (Ollé, M. Et al. 1997)”. Lo cual se ve reflejado en la gráfica 4 donde se puede visualizar el total de los promedios obtenidos en las tres características, que tienen los emprendedores que son apoyados por la Gobernación del Quindío.

CAPITULO CINCO

5.1 CONCLUSIONES

Se encontró que las necesidades de logro tienen el mayor porcentaje frente a las necesidades de afiliación y poder, lo cual se ve reflejado en que el nivel más alto de capacidad de persistencia la tienen las personas entre 30 y 40 años seguido por las de 50 y 60 años y el más bajo lo tiene la gente con mayor experiencia en la vida como son las personas de 60-70 años. Al cruzar variables con la educación, el punto más alto de persistencia lo tienen la población con educación de profesional, seguida por los tecnólogos, mientras que el nivel más bajo las personas con niveles de maestría.

Los mayores niveles para persistir se encuentran en los emprendimientos ubicados en los servicios, seguido del comercio, mientras que el nivel más bajo lo tiene la industria clave en la generación de empleo.

La investigación permite identificar que el nivel más alto de iniciativa y capacidad para identificar oportunidades lo tienen las personas profesionales, en segundo lugar bastante lejos las persona con educación de tecnólogo y secundaria, generalmente personas entre 30 y 40 años y los más bajos niveles se observan en personas mayores a los 60-70 años. La iniciativa se ve en mayor nivel entre los hombre con un 53% mientras las mujeres tienen el 47%.

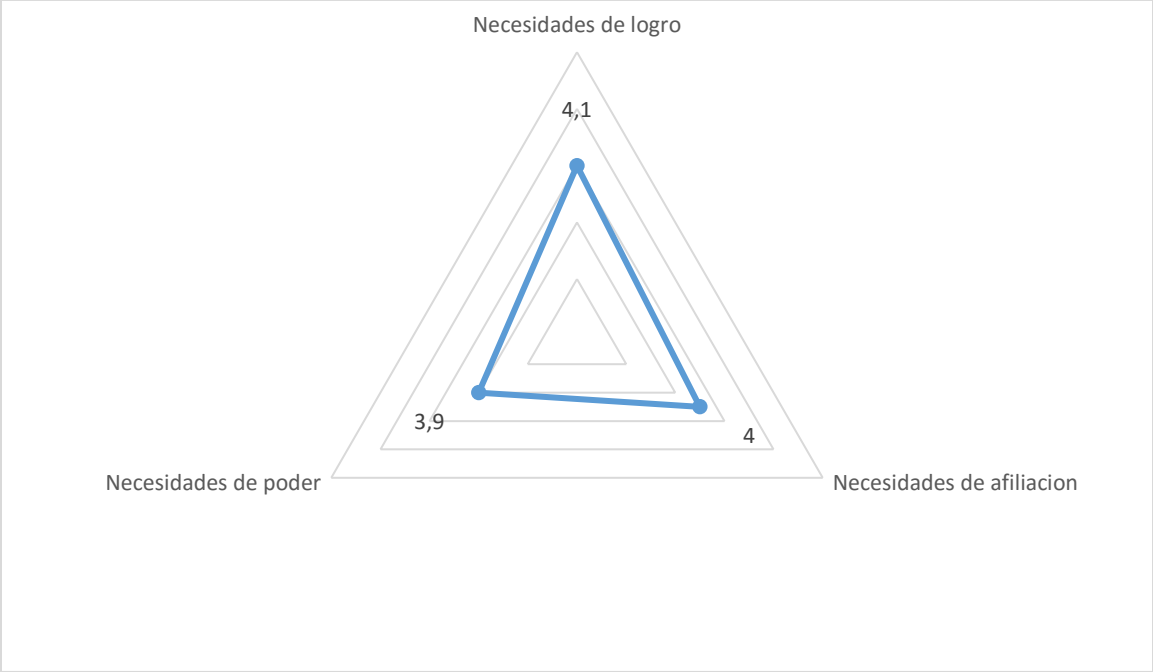
En cuanto a las necesidades de afiliación, los más alto niveles de planificación sistémica lo tienen las personas que se encuentran en los sectores de servicios y artesanal, mientras los más bajos se dan en el sector industrial, generalmente profesionales un 56% hombres mientras las mujeres tienen un 46% caracterizado por que son personas entre 30 y 40 año. mientras el porcentaje más bajo lo tiene los mayores a 60 año. Quienes establecen metas se encuentran

entre 30 y 40 años su gran mayoría personas profesionales con emprendimientos en los sectores de servicio y artesanales. Cuando se trata de buscar información se les hace más fácil a las personas entre 30 y 50 años y con un porcentaje mayor para las mujeres 54% frente al 46% de los hombres. La capacidad para desarrollar redes de apoyo, independencia y mayor autoconfianza se ve más reflejado en los profesionales con edades de 30 a 40 años en el sector comercial con más bajo nivel en las personas con maestría.

Se encontró que la mayoría de emprendedores son personas de estrato III con una formación de especialistas y profesionales lo cual hace necesario un programa desarrollo para el fortalecimiento de este tipo de persona con niveles de educación especiales. La mayoría de personas encuestadas van buscando apoyo para hacer un fortalecimiento de su empresa.

Se desperdician recursos de emprendimiento tanto en dinero como en profesionales de la Gobernación ya que un alto número de los emprendedores entrevistados son personas con formación de pregrado y especialización que cuando encuentren un empleo toman la decisión dejar el emprendimiento.

El esquema muestra la síntesis de los resultados, desde las tres dimensiones de las percepciones de los emprendedores consultados:



Gráfica 4 . Promedio total de cada necesidad

Fuente: Elaboración propia

El emprendimiento como campo de investigación está en proceso de fortalecimiento, Gartner (1988) afirma que por numerosas que sean las investigaciones sobre la persona del emprendedor, ellas son vanas y no contribuyen a su definición, siendo necesario volver al origen, "al estudio de los mecanismos por los cuales se da vida a las organizaciones".

Se debe continuar el proceso de investigación en el tema del emprendimiento y de los emprendedores como elementos que forman parte de un ecosistema teniendo Claridad de que no hay recetas mágicas que se pueden aplicar para todos los emprendedores en diferentes regiones. Lo cual nos lleva a generar nuevos estudios e investigaciones sobre el tema y aportar al mejoramiento del marco teóricos y el actuar de los procesos

5.2 RECOMENDACIONES

En el estudio se muestra la necesidad de fortalecer el perfil emprendedor para disminuir el riesgo y fortalecer la capacidad desarrollar redes de apoyo tener mayor capacidad de independencia y autoconfianza.

Es necesario el desarrollo de procesos de acompañamiento que le permitan al emprendedor enfrentar la dificultad que tiene para buscar información y planificar sistémicamente elemento fundamental en el los procesos empresariales en un ambiente tan cambiante.

Es importante el reconocimiento del tipo de persona que busca apoyo en la gobernación del Quindío separando a quienes vienen con la idea o direccionando lo para otras entidades y dedicándose exclusivamente al fortalecimiento de ideas empresariales que lleven más de 3 años ya que es el común obtenido en la investigación.

Se recomienda el desarrollo de procesos de formación e investigación relacionados con el tema de emprendimiento en el sector agroindustrial, esto es clave para el país y la región, ya que es un tema que se encuentra dentro del plan de desarrollo del presidente Iván Duque y los ODS. A la vez, se recomienda fortalecimiento y reestructuración de los procesos que se vienen desarrollando en el tema de emprendimiento desde la gobernación del Quindío de forma que permitan potencializar los recursos humanos y técnicos así como financieros para los emprendedores generando mayor avance y perdurabilidad así como crecimiento de las empresas en el futuro.

El emprendimiento como mecanismo e instrumento para establecer una relación con la política pública de productividad e innovación desde los planes de desarrollo propios de la gobernación necesita implementar una cultura del emprendimiento en todo el territorio. Es decir

la articulación de sectores, con instituciones y potencialidades necesita de estructuras que fortalecen el poder, la afiliación y el logro de los actores.

REFERENCIAS

Bermúdez, L. D. (2010). *Apropiación del emprendimiento en algunas de las organizaciones más representativas en la generación de unidades productivas en la ciudad de Manizales.* (Tesis de Maestría). Universidad de Manizales. Recuperado de http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/723/Berm%c3%badez_L%c3%b3pez_Diana_Marcela_2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Canet, Redondo, Escribá, Balbastre, Revuelto & Saorín (2019). Prácticas de recursos humanos y comportamiento intraemprendedor: la influencia del género en esta relación. Recuperado de file:///C:/Users/equipo3/Downloads/4952-Article%20Text-13892-3-10-20200108%20(1).pdf

Colombia, M. D. (2017). *Las redes regionales de emprendimiento.* Bogota: Mincomercio.

Confecamaras. (2016). *Informe sobre nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia.* Bogota: Confecamaras.

Comercio, C. D. (2016). *Informe de dinámica empresarial* . Armenia: Camara de Comercio de Armenia y el Quindío.

Confecamaras. (2018). *Informe dinamica empresarial.* Bogota: Confecamaras.

Confecamaras. Red de Camaras de Comercio. (2019). Dinámica de creación de empresas en Colombia. *Confecamara*, 2.

DANE. (2005). *Poblacion proyectada censo general 2005.* Bogota: Dane.

Empresarial, R. (2019). Cifras de Emprendimiento en las empresas Colombianas. *Rev. Empresarial y Laboral, Emprendimiento.*

Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.* Recuperado de http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf

Herrera, C. E. & Montoya, L. A. (2013). E*l emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización.* Recuperado file:///D:/Users/PCSHOP-COL/Downloads/Dialnet-ElEmprendedor-4776922%20(3).pdf

Hernandez, B. & Sanchez, J. C. (2018). *Educación, desarrollo e innovación social. Editorial Andavira.* Recuperado de https://www.imosver.com/es/ebook/educacion-desarrollo-e-innovacion-social_E0002650620

Lederman,, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en Latinoamerica.* Washington: Banco Mundial.

Pulgarín, M, S. & Cardona, A. M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de. *Rev.Escuela de Administración de Negocios,* 71, p. 22-39.

Pulgarín, S., & Cardona A, M. (2012). Aportes a la caracterización del comportamiento. *Suma de Negocios*, p.109-138.

Romero, M. A., & Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. *Journal of Globalization, Competitiveness & Governability / Revista de Globalización, 1*, p. 95-109.

Ruiz, D. F., Nahuat, A. J. & Moreno, R. J. (2016). El comportamiento emprendedor en México. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, p.1.

Stevenson (1983, 1985, 1990, 2000). E*l emprendimiento de la población joven en el contexto ecuatoriano visto desde el enfoque de la ciencia, tecnología y sociedad*. Recopilado de https://www.uniandes.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/El-emprendimiento-de-la-poblaci%C3%B3n-joven-en-el-contexto-ecuatoriano.pdf (p.4)

Social, C. N. (2009). *Política nacional de ciencia, tecnología e innovación.* Bogotá, D.C.: Departamento Nacional de Planeacion.

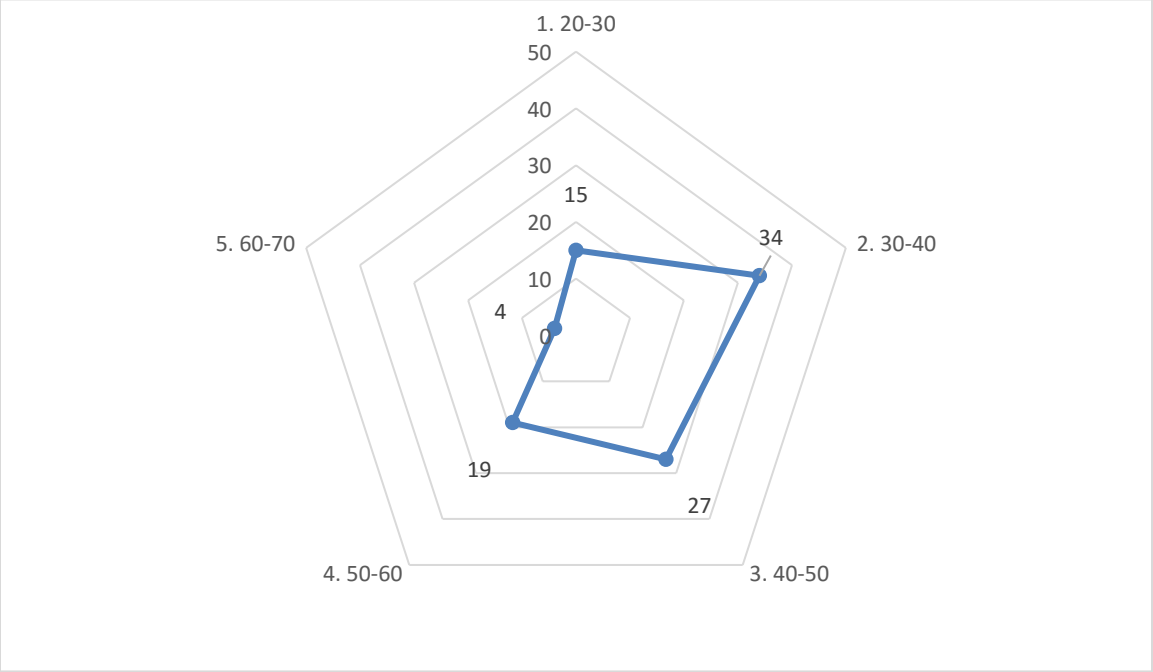
Social, C. N. (2017). *Política nacional de competitividad y productividad.* Bogota: Departamento Nacional de planeacion.

Schnarch. A.(2014). Emprendimiento exitoso: *Cómo mejorar su proceso y gestión. Bogotá. Eco-ediciones. Recuperado de* https://books.google.com.co/books?id=X8O4DQAAQBAJ&hl=es

Varela, V. R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas.* Bogotá: Pearson Educación. p. 60-64.

ANEXOS

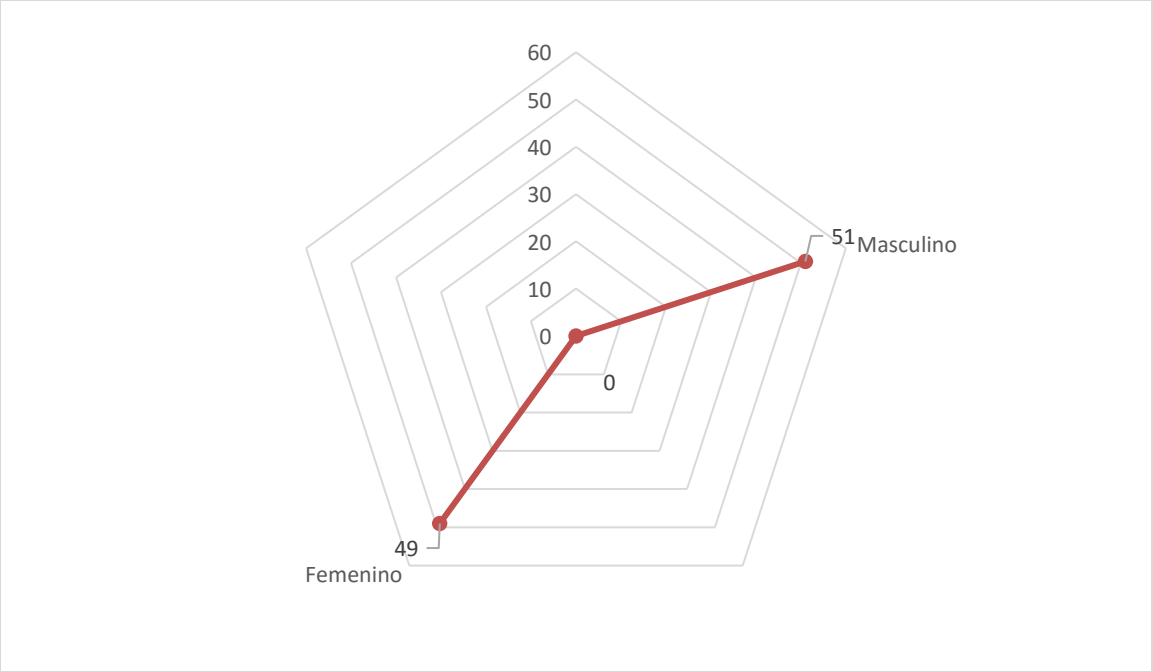
INFORMACION GENERAL



Gráfica 5. Edad el emprendedor

Fuente: Elaboración propia

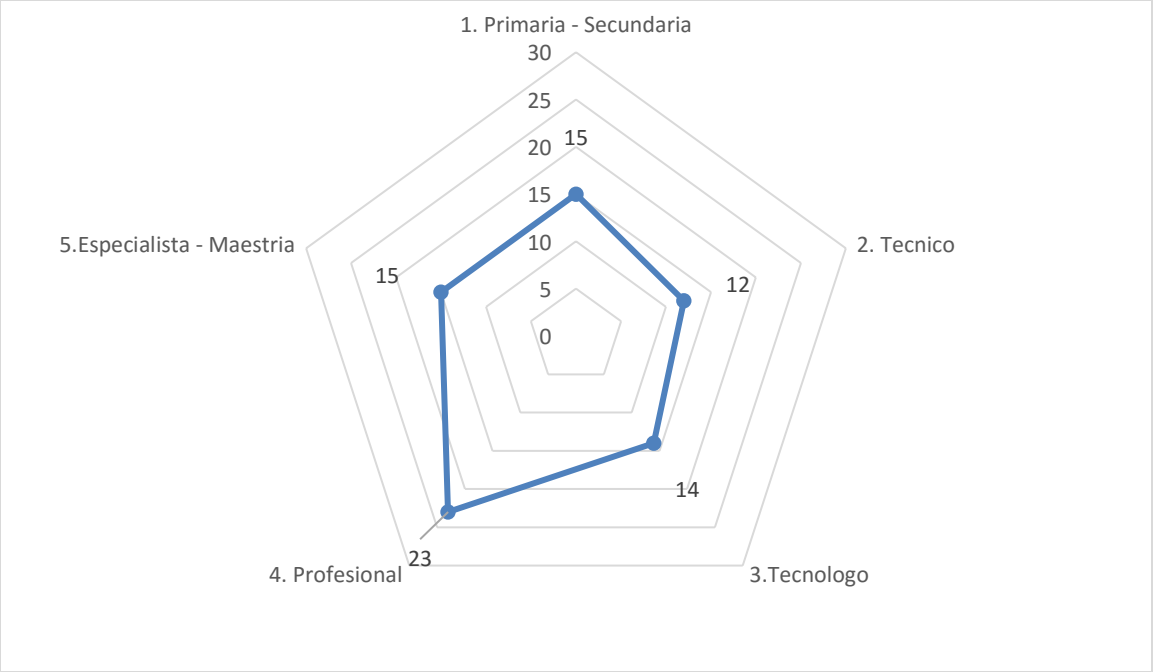
La gran mayoría de los emprendedores se encuentran en un rango de edad de 30-40 años con un porcentaje de 34% un 27% están entre los 40-50 años, un 15% entre 20-30 años y 19% entre 50-60 años.



Gráfica 6 . Sexo del emprendedor

Fuente: Elaboración propia

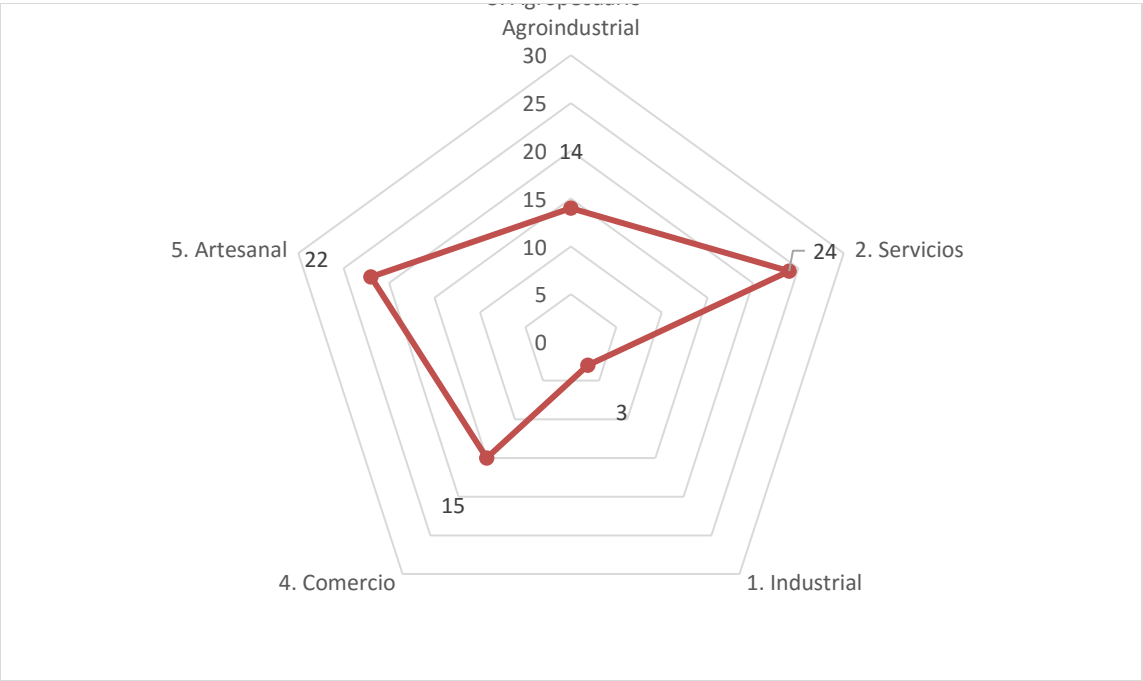
51% de los emprendedores son hombres y una 49% mujeres.



Gráfica 7 . Nivel de educación

Fuente: Elaboración propia

23% son profesionales, 15% tienen especialización, 15% tienen secundaria, 12% son técnicos, 14% son tecnólogos.



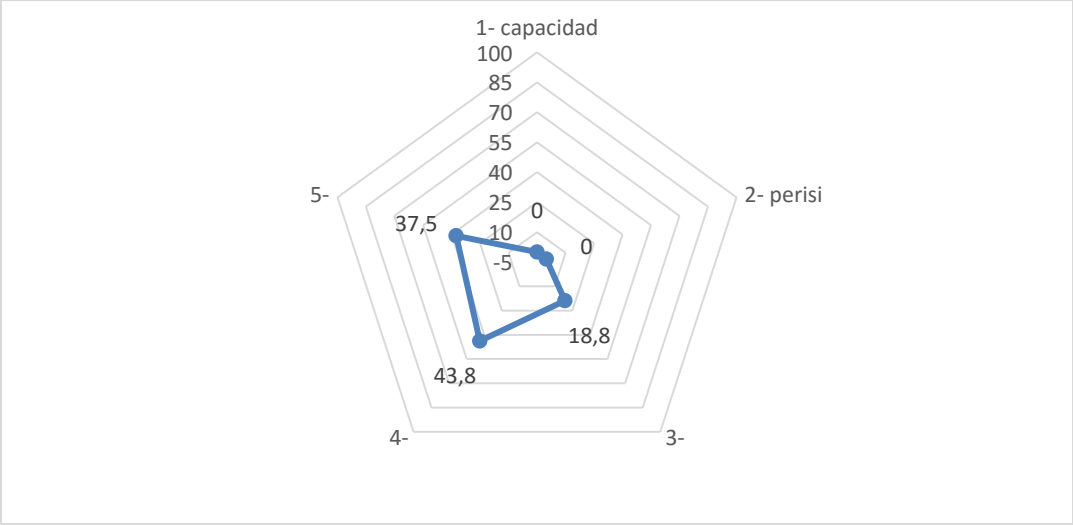
Gráfica 8. Sector del emprendimiento

Fuente: Elaboración propia

24% de los emprendimientos se encuentran en el sector de servicio, el 22% en el sector de artesanías, 15% en el comercio 14% en el sector de la agroindustria y 3% en el sector industrial.

NECESIDADES DE LOGRO

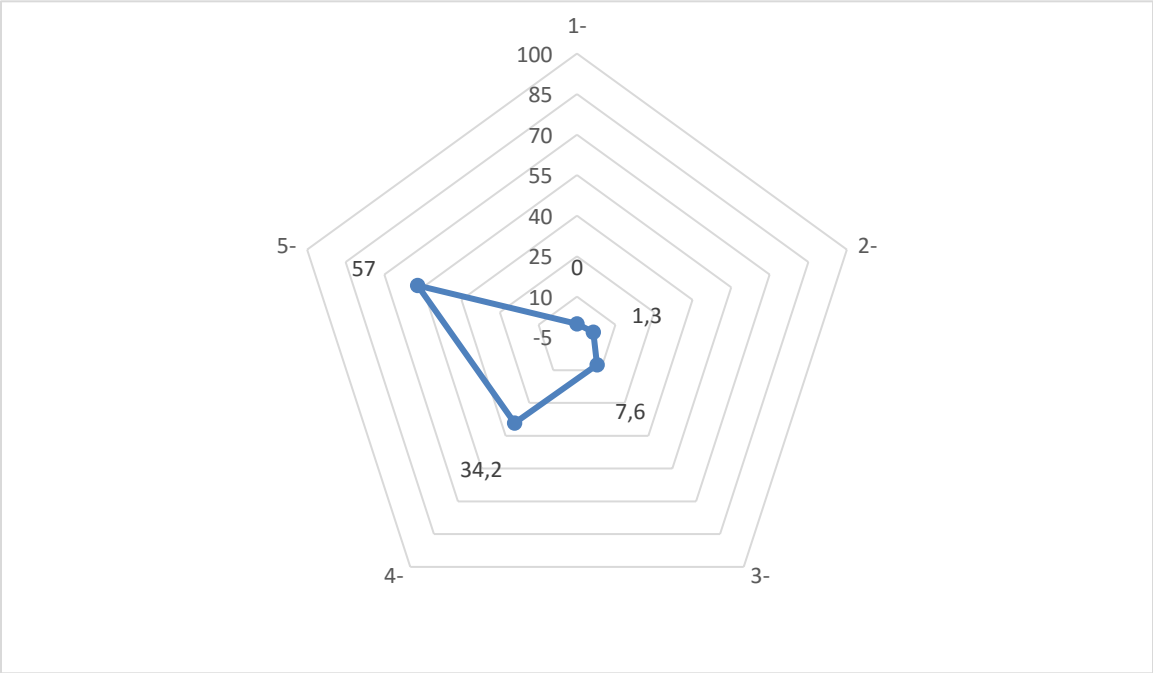
Cada pregunta se ha calificado de 1 a 5 donde uno es lo más bajo y cinco el máximo valor.



Gráfica 9 . Capacidad para actuar

Fuente: Elaboración propia

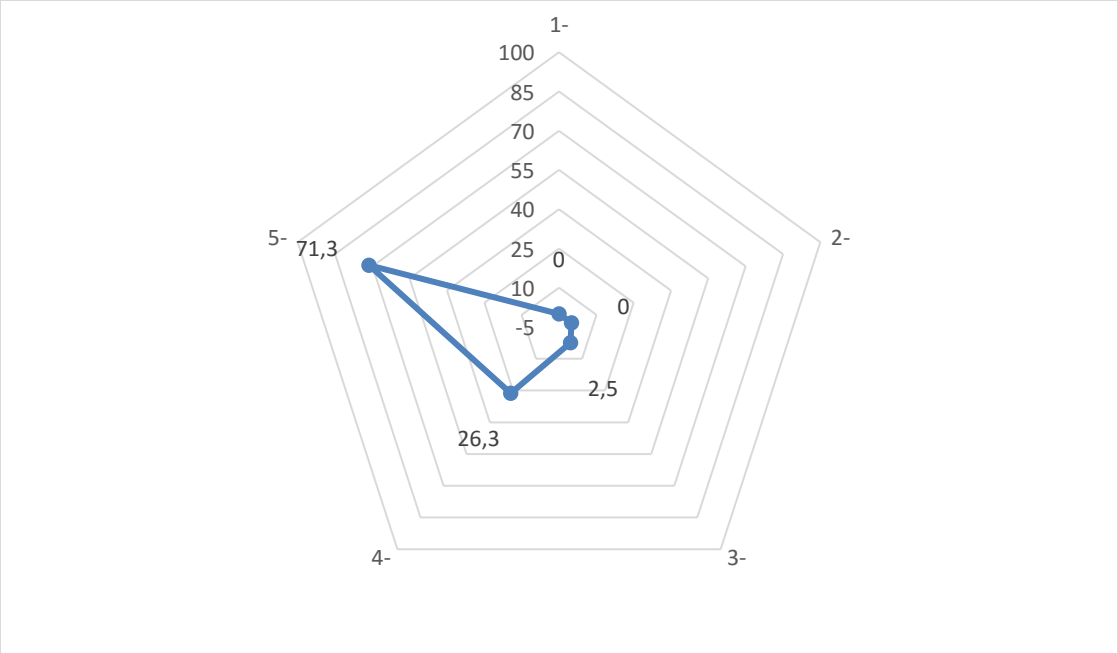
Cuando se les pregunto a los 81 emprendedores apoyados desde la gobernación del Quindío, sobre la capacidad que tienen para actuar. Se encontró que en una escala de calificación de 1 a 5 donde donde uno es lo más bajo y cinco el máximo valor, el 43,8% se califica con 4. El 37.5% con 5 y un 18,8% con 3. Lo que indica 83,3 de los emprendedores tienen una alta capacidad para actuar y solo el 18,8% tiene dificultad para hacerlo.



Gráfica 10. Capacidad de persistencia

Fuente: Elaboración propia

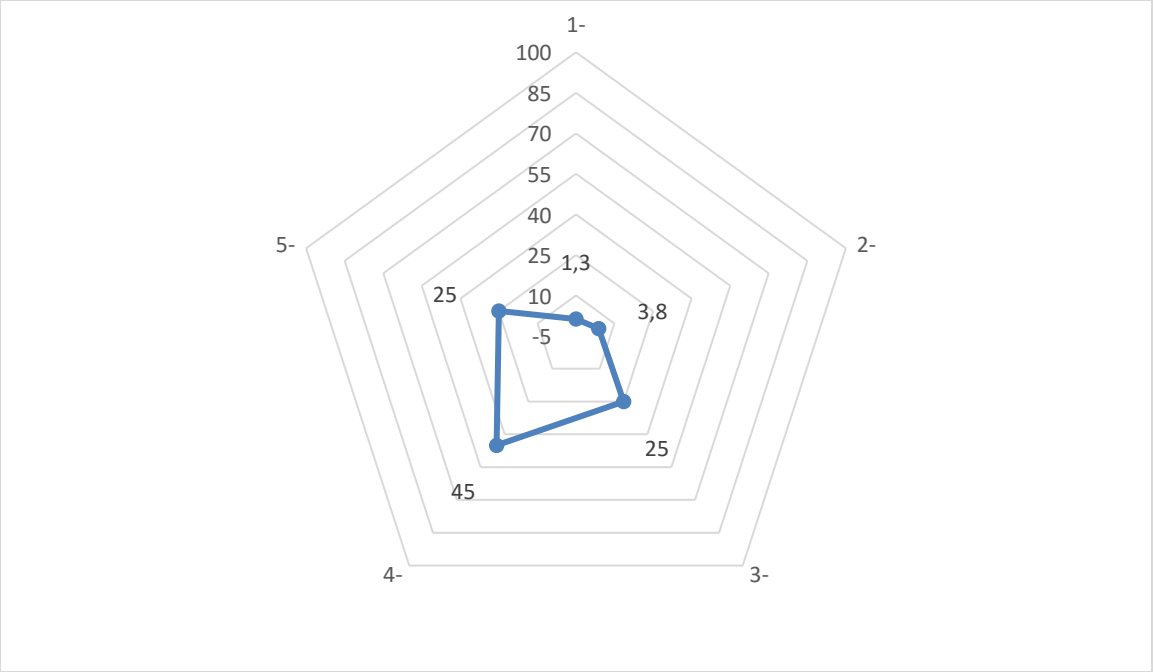
Cuando se les pregunto acerca del nivel de persistencia que tienen en su emprendimiento el 57% considera lo califico con 5, el 34,2% se calificó con 4, un 7,6 con 3 y un 1.3%.Lo cual muestra que la gran mayoría de los emprendedores entrevistados tienen un alto nivel de persistencia para sacar adelante su emprendimiento. Pero también se encontró un porcentaje aunque bajo del 1.3% que le es difícil tener la capacidad de persistir y en muchos casos prefieren dejar su emprendimiento.



Gráfica 11 . Capacidad de preparación

Fuente: Elaboración propia

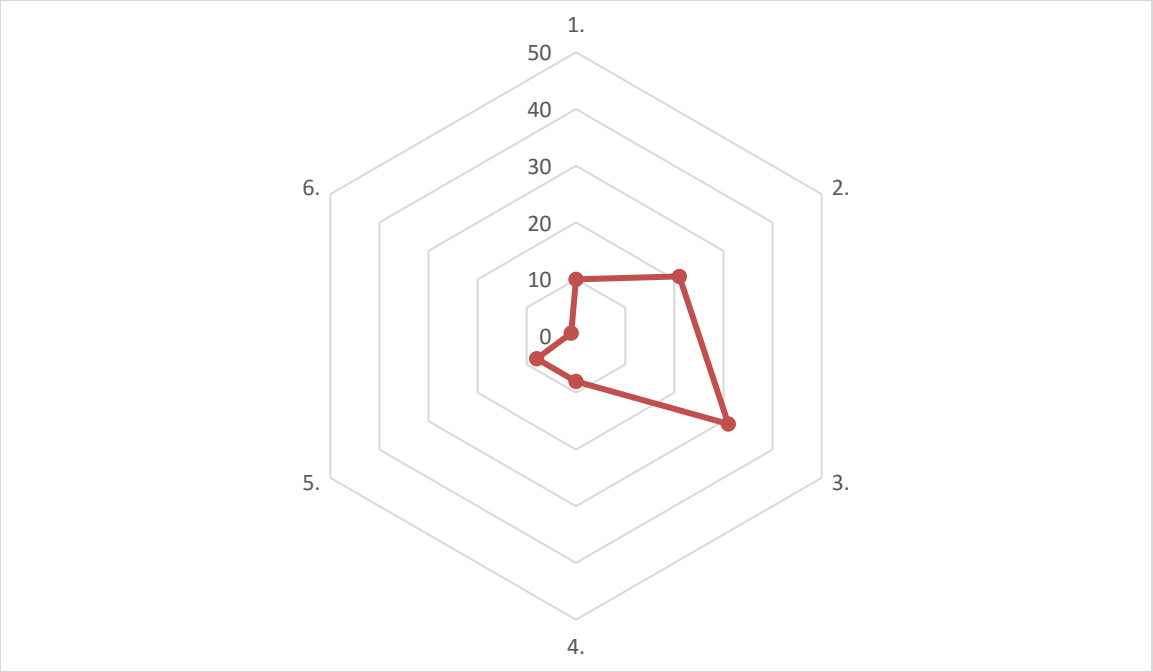
Para el empresario el nivel educativo permite tener ventajas para entender el entorno de los negocios. Al preguntarles a los encuestados acerca de la importancia que tiene para ellos estar preparándose. se encontró que un 71,3% le da un alto valor a estar en constante aprendizaje. En su gran mayoría de los encuestados consideran en diferentes niveles que es importante. No se encontró calificaciones de 1 o 2 que mostraran una apatía a los proceso de aprendizaje lo cual es valioso.



Gráfica 12 . Capacidad de logros y metas 1

Fuente: Elaboración propia

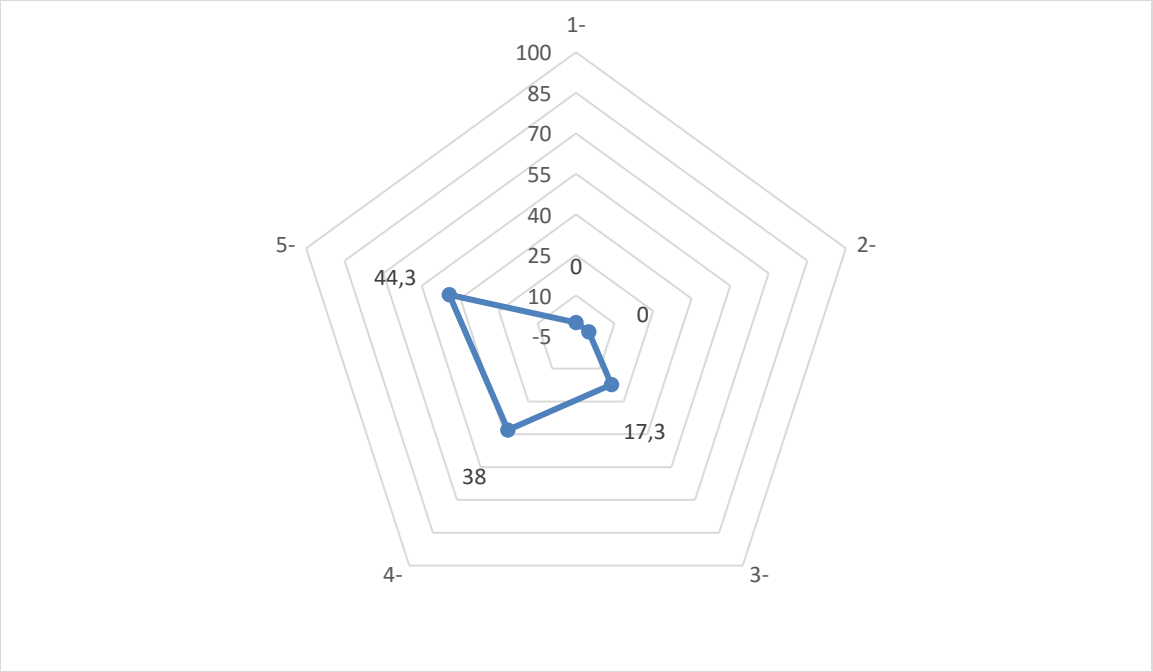
Al preguntarles sobre la capacidad que han tenido para lograr sus metas porcentajes de 3,8 donde consideran que no las han logrado y un 25% que piensa que las ha lograda en parte y un 60 % piensa que hasta el momento con su emprendimiento van logrando sus metas.



Gráfica 13. Estrato social

Fuente: Elaboración propia

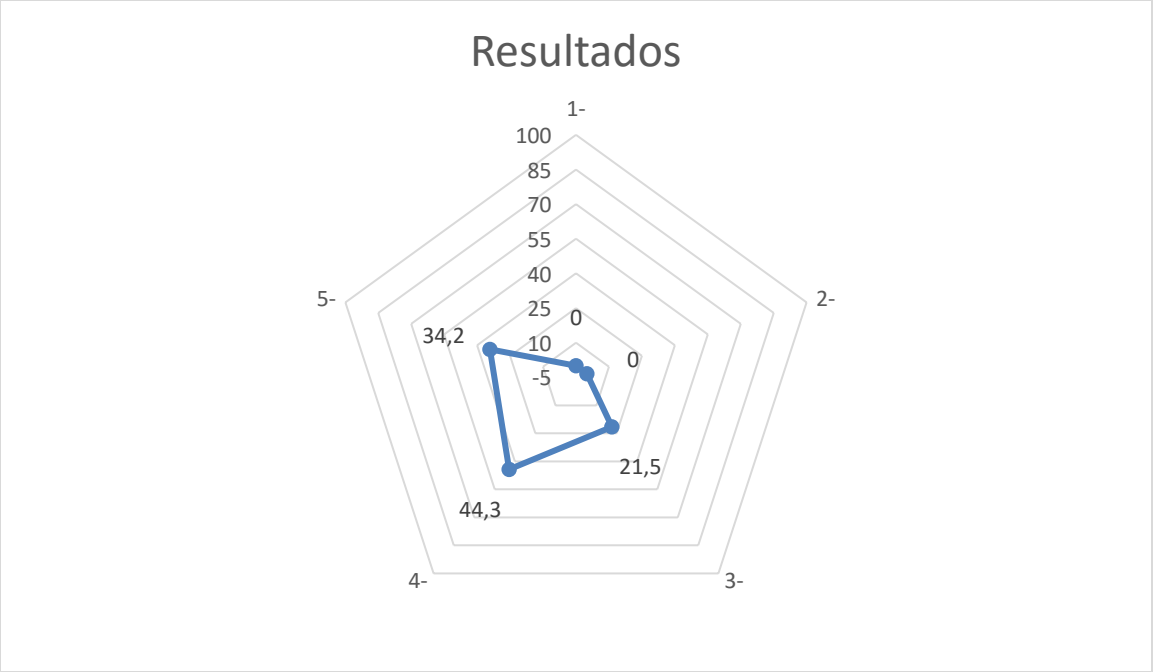
Se pudo encontrar que la mayoría de los emprendedores son personas de estratos III, II Y I y solo un porcentaje muy bajo pertenece al estrato IV. Pero también se ver que no se encontraron emprendedores de estratos V y VI.



Gráfica 14. Nivel de responsabilidad

Fuente: Elaboración propia

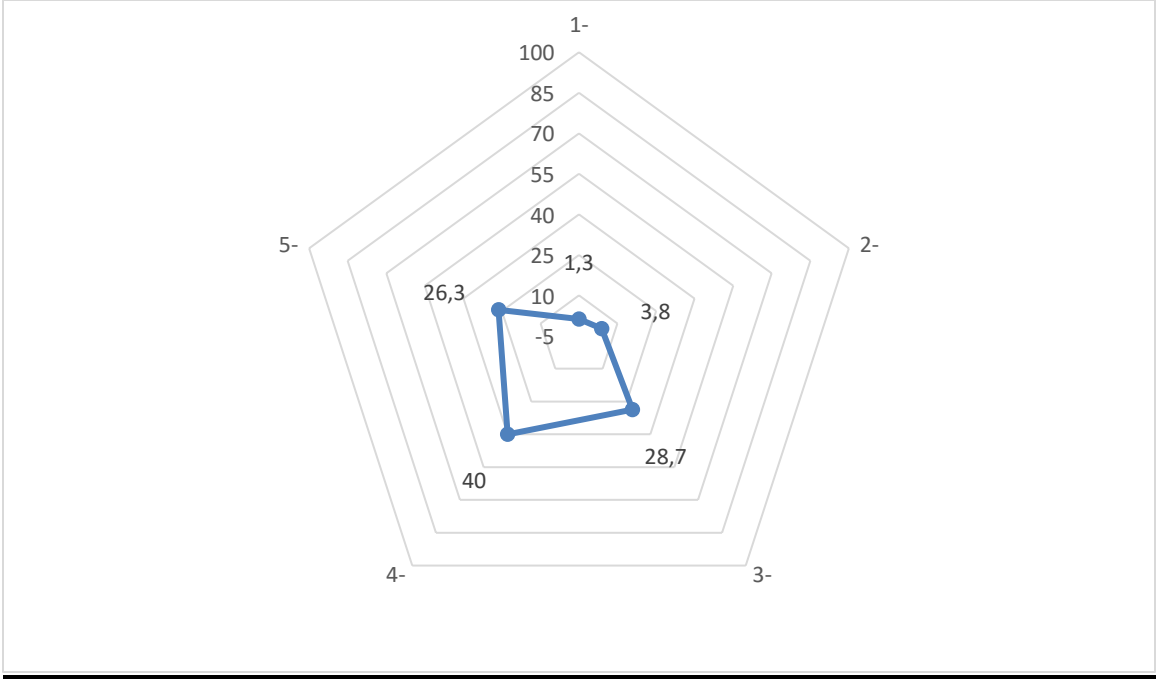
A esta pregunta los encuestado consideran que han sido muy responsables con su metas y objetivos alcanzando más de un 82% . Pero también se encuentra que un 17% consideran que el éxito o fracaso ha sido por falta de responsabilidad con sus metas y objetivos.



Gráfica 15. Nivel de compromiso

Fuente: Elaboración propia

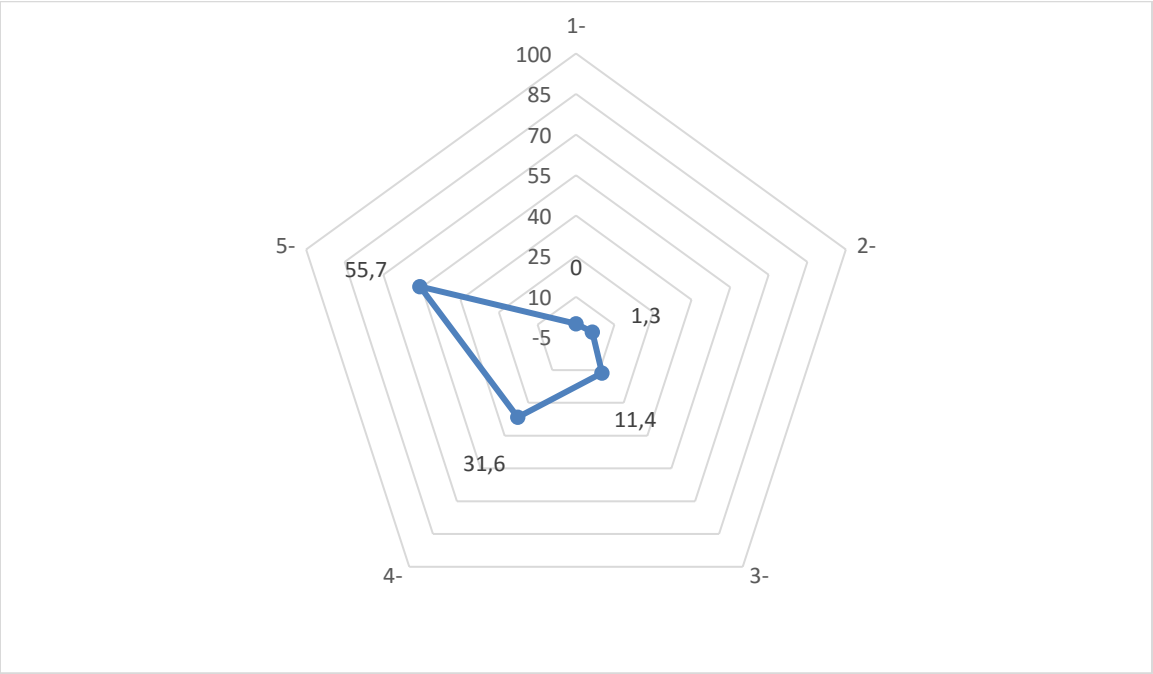
A esta pregunta el 78,5% de los encuestados considera que han tenido un alto nivel de responsabilidad en su emprendimiento y vida. Aunque se encuentra un 21.5% que consideran que su nivel de responsabilidad en u emprendimiento no ha sido el mejor.



Gráfica 16 . Aprovechamiento oportunidades 1

Fuente: Elaboración propia

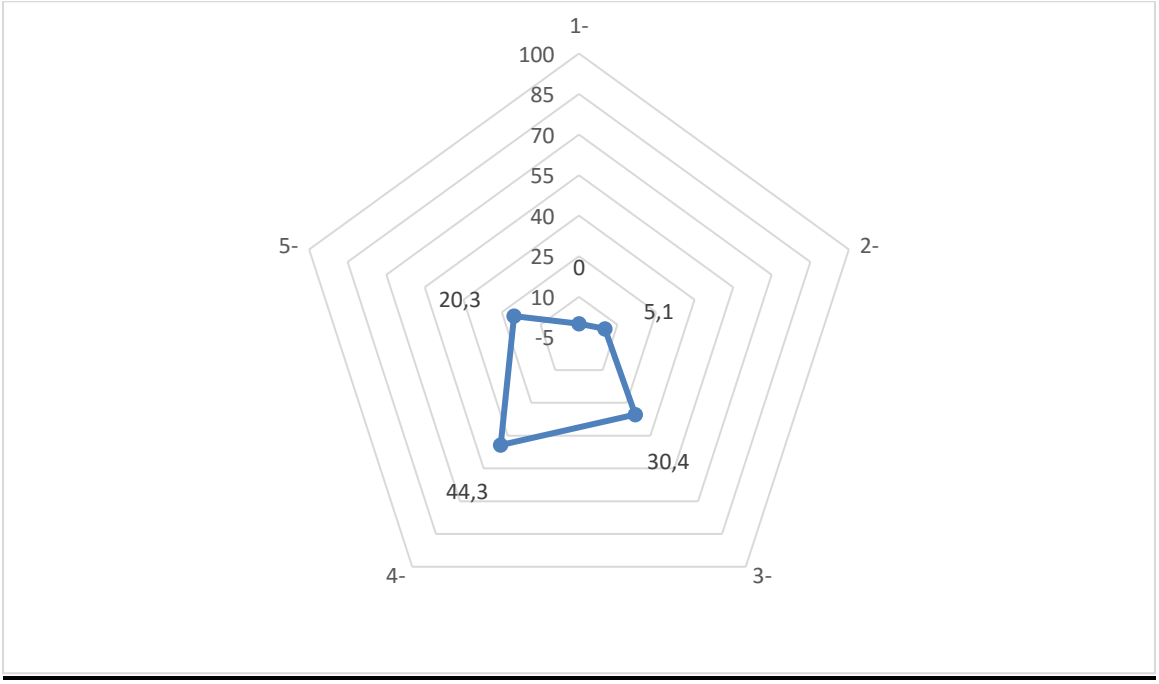
Se encontró que los emprendedores en un 66,3 % aprovechan las oportunidades. Aunque un 5,1% no las aprovecha y un 28,7% solo lo hace algunas veces.



Gráfica 17 . Nivel de entrega

Fuente: Elaboración propia

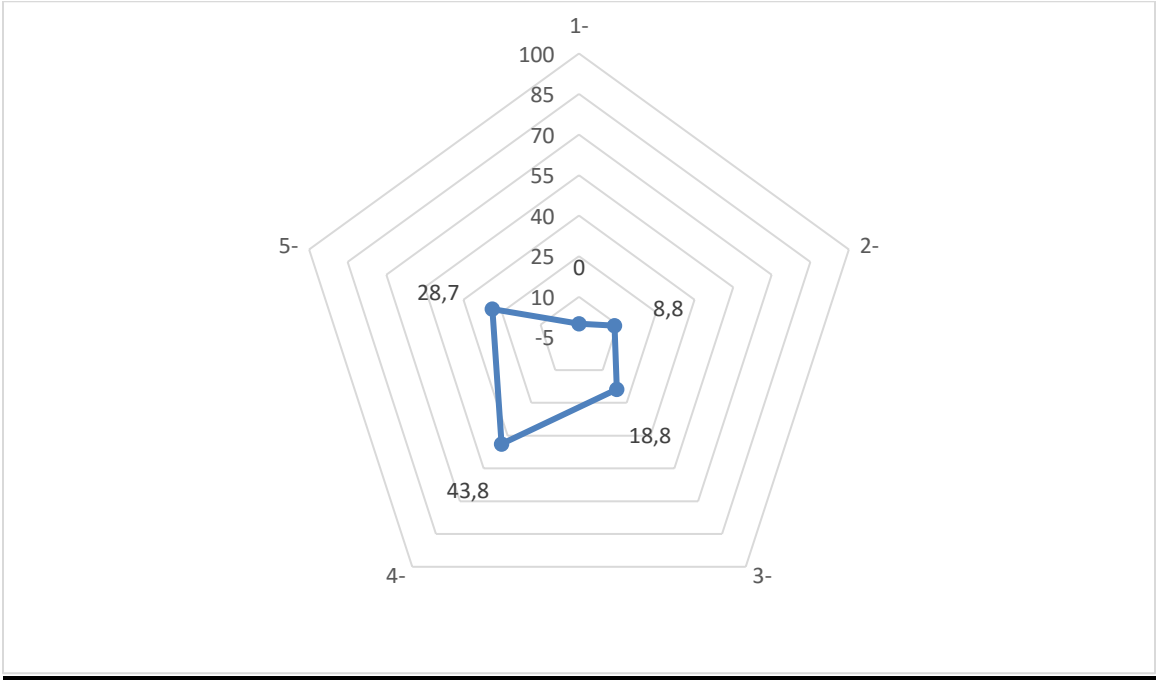
La gran mayoría de los encuestados considera que tiene un alto nivel de compromiso con su emprendimiento. Pero podemos tener un 1,3% donde el compromiso ha sido deficiente y un 11,4% considera que su nivel de compromiso es intermedio.



Gráfica 18. Calcula riesgos

Fuente: Elaboración propia

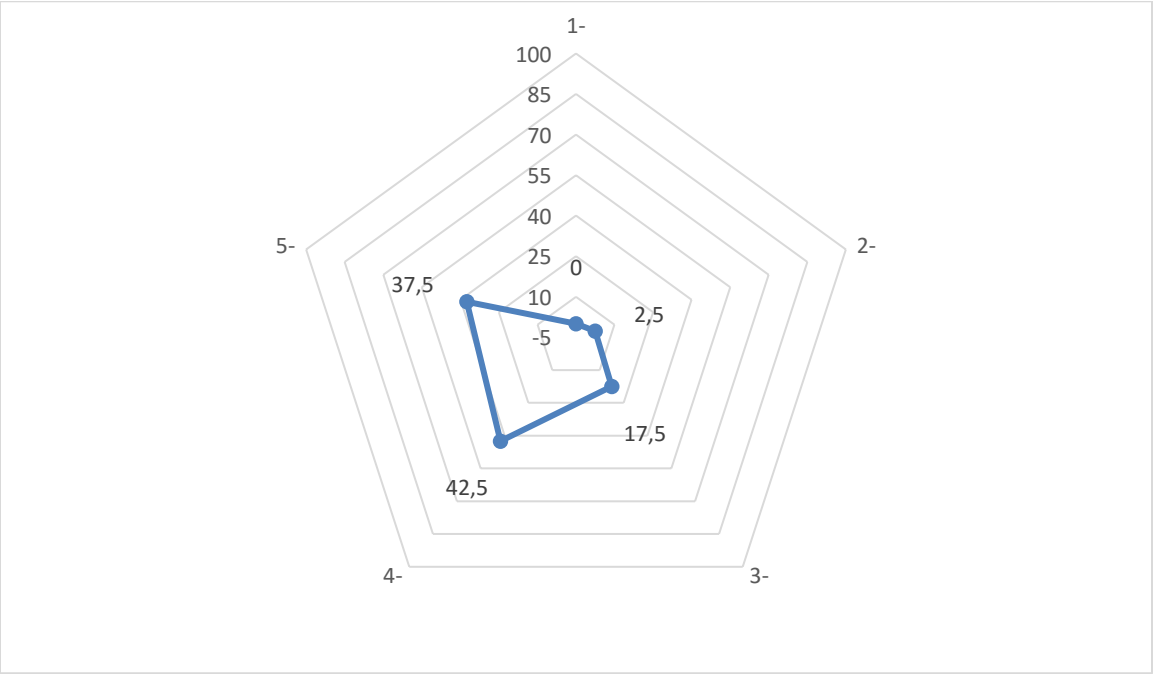
Un 64,6 de los encuestados cree que calculan los riesgo de su emprendimiento, pero también se pude encontrar un porcentaje considerable del 35,1 a los cuales no fallas en el manejo y cálculo de los riesgos situaciones que en muchos casos llegan los emprendimientos en condiciones difíciles o, a punto de ser cerrados.



Gráfica 19 . Saca tiempo para evaluar

Fuente: Elaboración propia

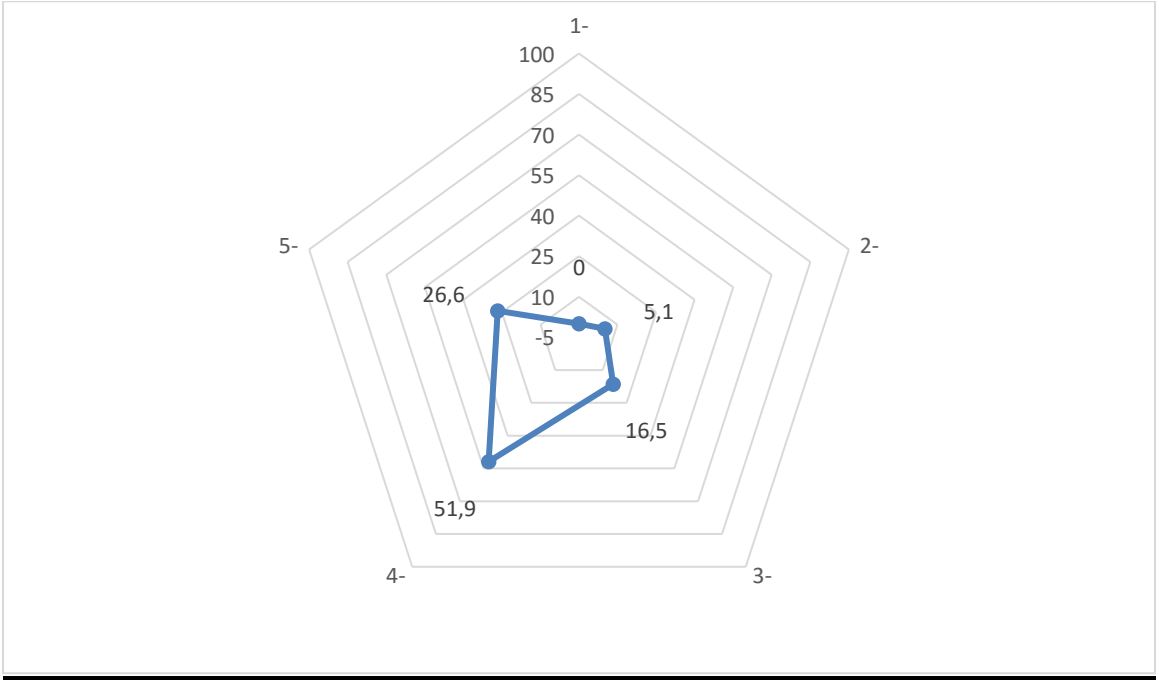
27,6% de los encuestados considera que no evalúa o lo hace deficientemente sus alternativa, mientras un 72.5% cree que realiza procesos adecuados para evaluar sus alternativas.



Gráfica 20. Tiene capacidad tomar decisiones

Fuente: Elaboración propia

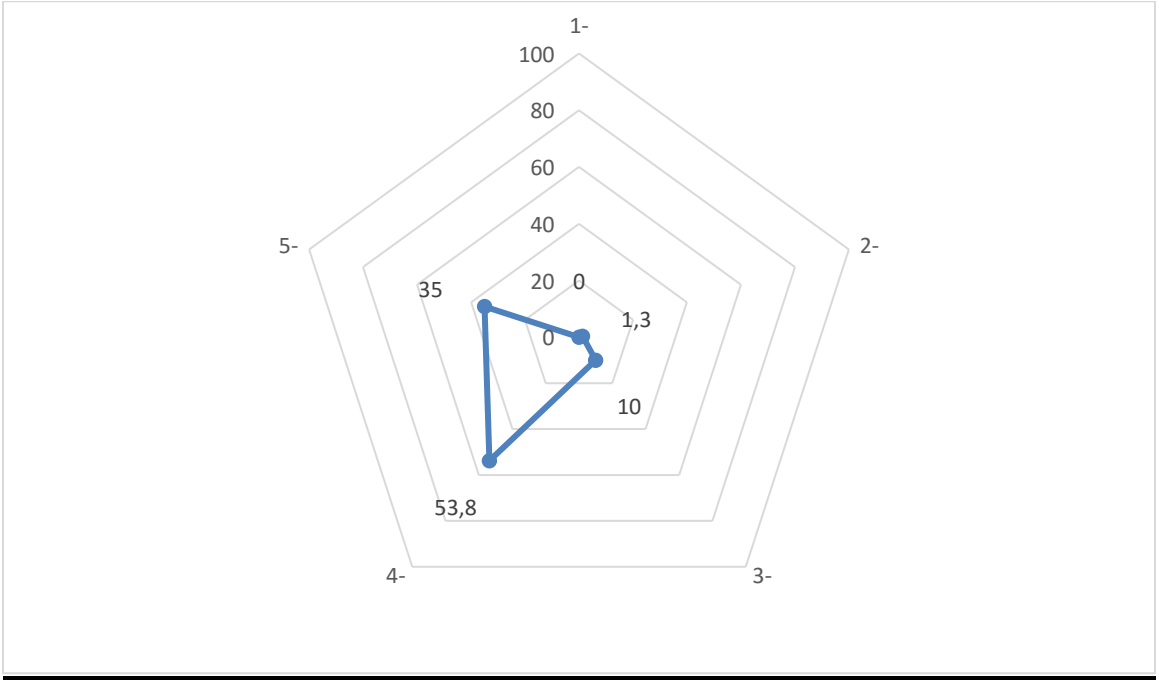
Se puede encontrar que un 80% de emprendedores tiene una alta capacidad para tomar decisiones. Mientras un 20 tiene dificultades o lo hace de forma deficiente, lo que en mucho casos afecta el crecimiento del emprendimiento.



Gráfica 21. Reduce riesgos

Fuente: Elaboración propia

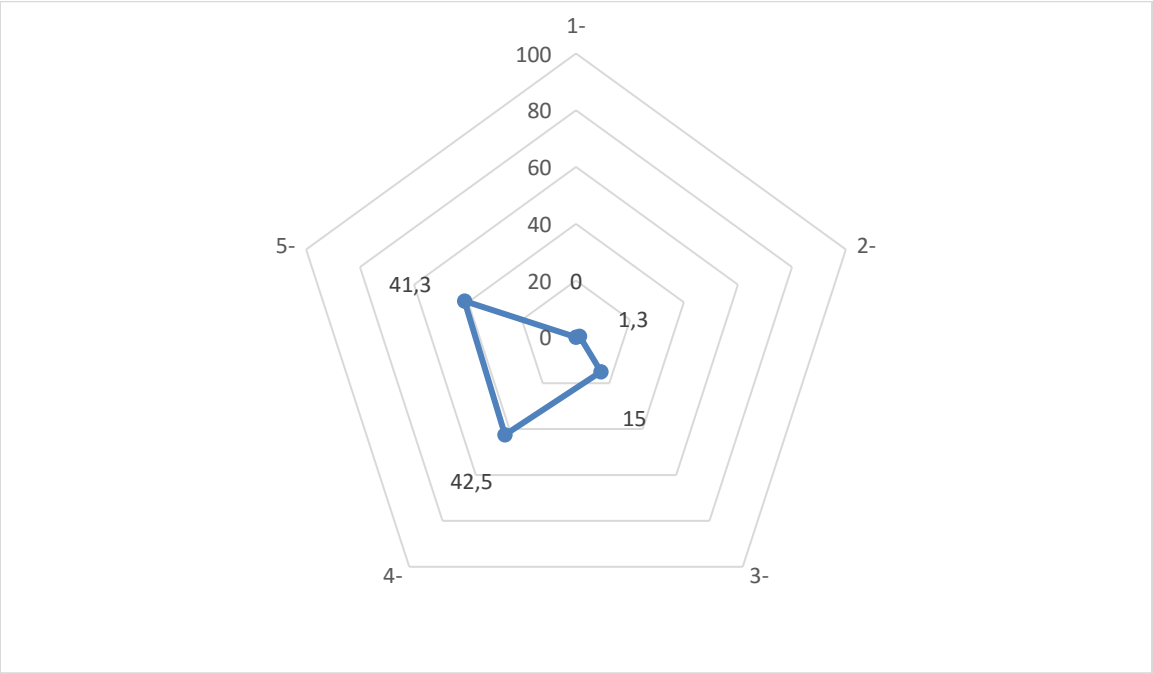
En cuanto a los riesgos se pudo encontrar que el 21,6% de los emprendedores no actúa para reducirlos, o controlar los resultados, y en otro casos lo hace de forma deficiente. Mientras un 78,5% considera que son personas que reducen los riesgos o controlar resultados.



Gráfica 22. Capacidad de mejoramiento

Fuente: Elaboración propia

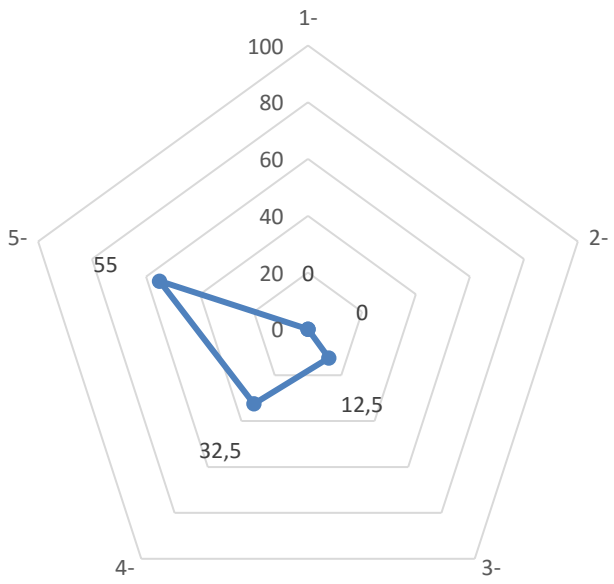
Un 88,8% de los encuestados consideran que se deben hacer las cosas mejor y mas rápido, mientras un 2,3 % consideran que no es necesario o se puede hacer mas lento y reducir en parte la calidad.



Gráfica 23. Cumplimiento de normas

Fuente: Elaboración propia

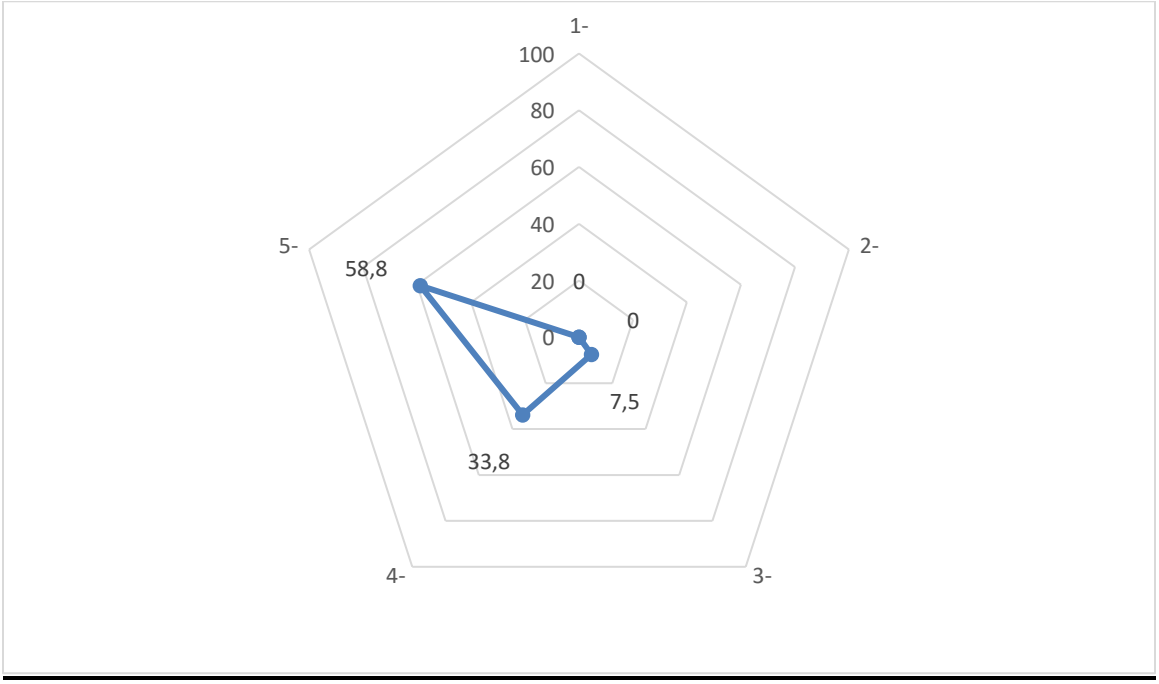
83,6% se consideran emprendedores que cumplen las normas de forma excelente mientras un 2,8% considera que no lo hace o lo realiza de forma deficiente.



Gráfica 24. Valora la buena voluntad y los buenos resultados

Fuente: Elaboración propia

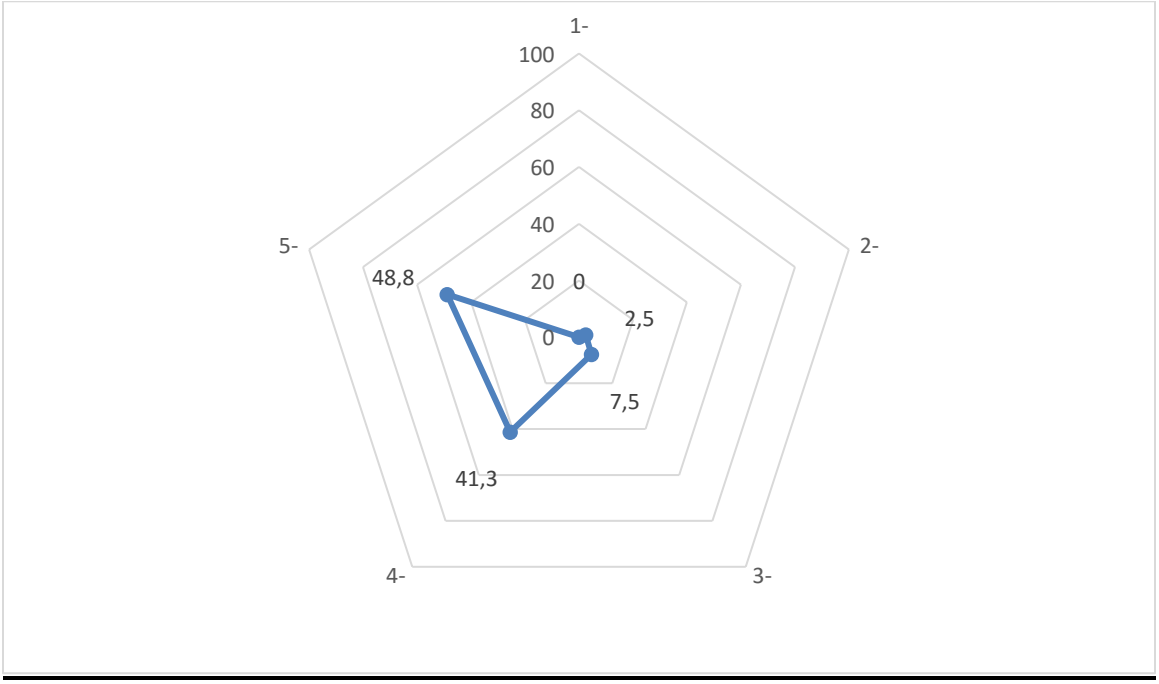
87, 5% considera que son personas que valoran la buena voluntad de sus colaboradores y los resultados a largo plazo. Mientras un 12,5% no están importante la buena voluntad y los resultados a largo plazo.



Gráfica 25. Desarrollo de tareas exigentes

Fuente: Elaboración propia

El 97,6% cree que el esmero y sacrificio personal le ha llevado la lograr realizar las tareas más exigentes, mientras un 7,5% considera que necesariamente las metas exigente se logran con esmero y sacrificio.



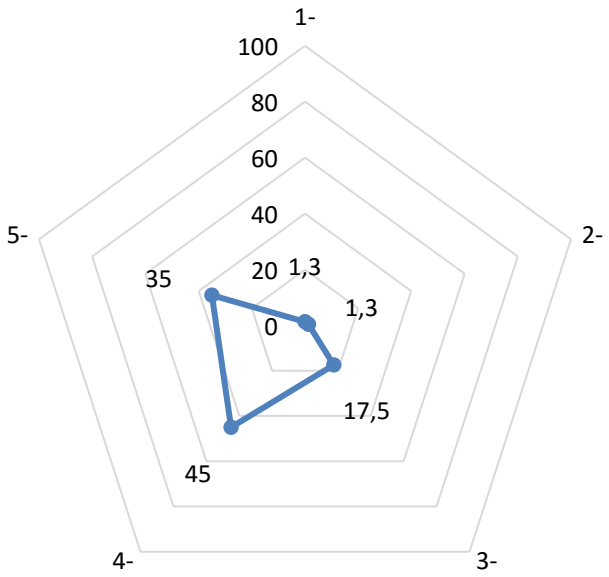
Gráfica 26. Capacidad de esfuerzo

Fuente: Elaboración propia

90,1% considera que considera que su esfuerzo satisface a su equipo de trabajo y clientes, mientras un 10% cree que no, o que no es lo más importante.

NECESIDADES DE AFILIACIÓN

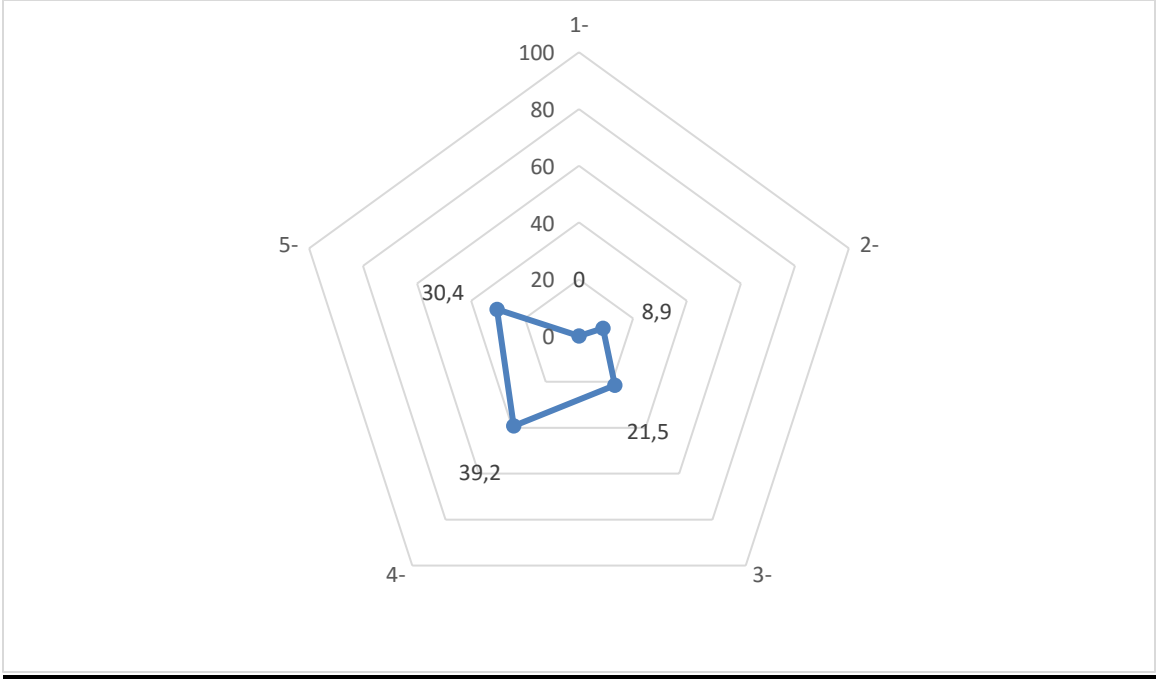
Cómo califica de 1 a 5 donde uno es lo más bajo y cinco el máximo valor.



Gráfica 27. Tiempos de entrega

Fuente: Elaboración propia

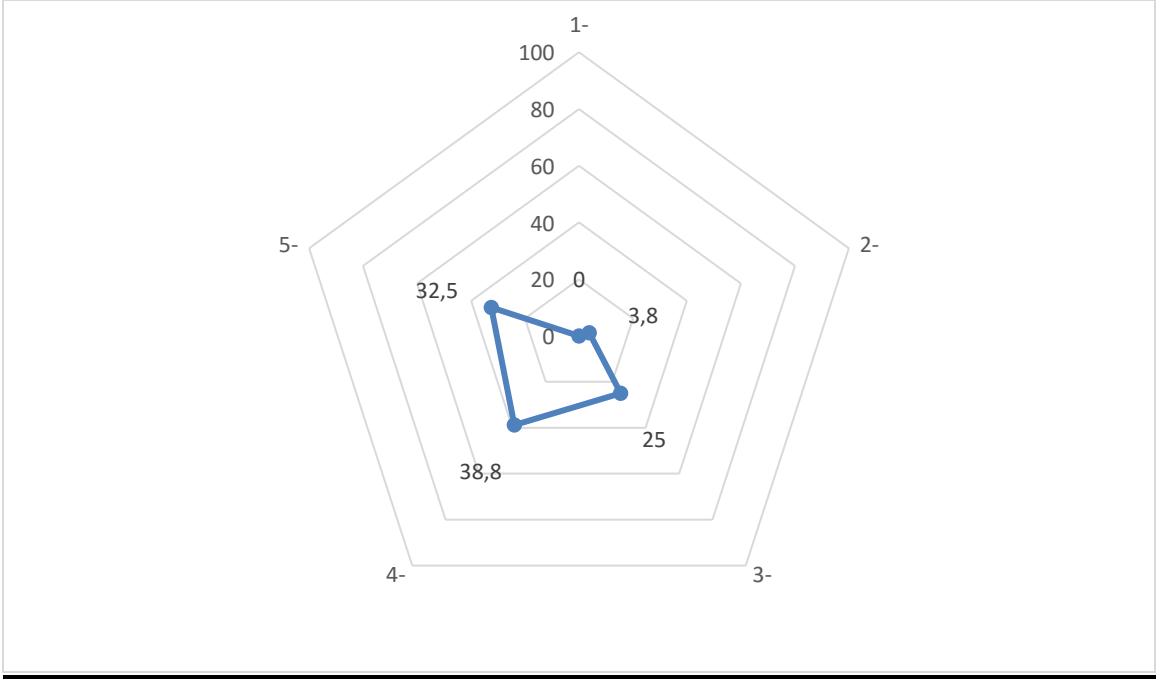
A esta pregunta los encuestados respondieron 80% considera que son personas que colocan tiempo para la entrega de proyectos. Mientras un 18.8% piensan que no es lo más importante o le dan importancia a otros aspectos.



Gráfica 28. Asigna tareas y hacer revisión

Fuente: Elaboración propia

30,4% de los emprendedores consideran que no son personas que asignan tareas y hacen revisión de los planes de acuerdo a lo recursos que se tienen y un 69,6% lo consideran de alto valor para su organización.

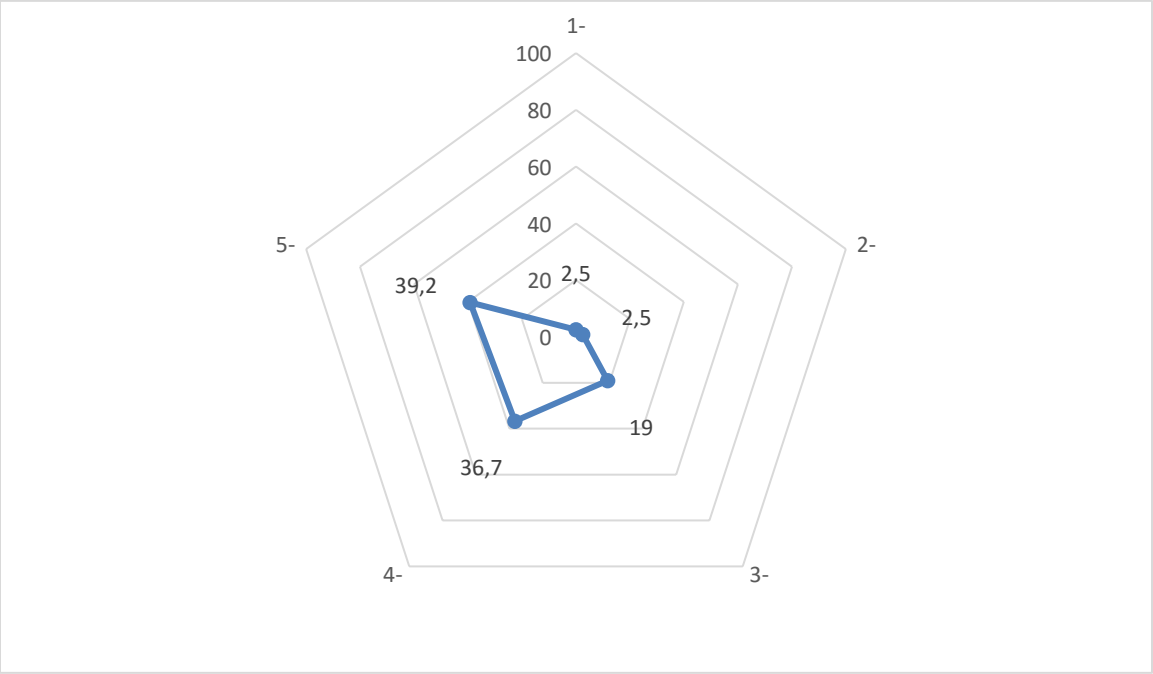


Gráfica 29. Facilidad para fuentes de información

Fuente: Elaboración propia

28,8% de los encuestados tiene dificultades o lo hace de forma deficiente cuando se trata de buscar fuentes de información con respecto al tipo de negocio que tiene. Un 71,3% considera que tiene facilidad y ha logrado encontrar fuentes de información sobre su negocio y productos.

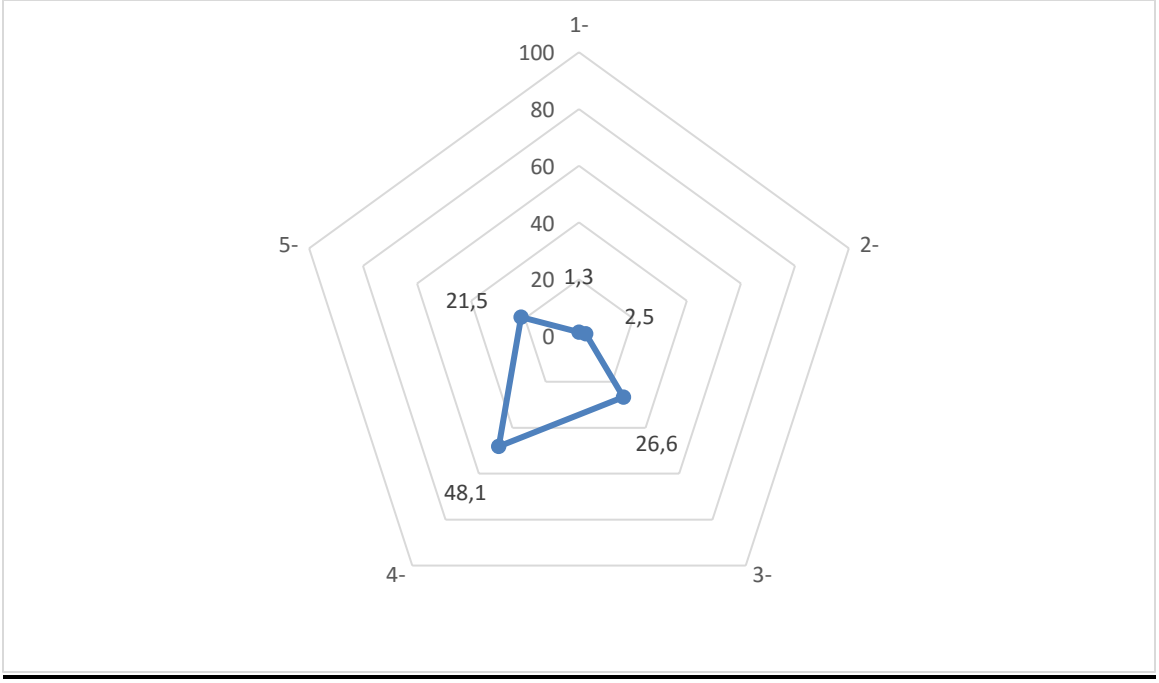
Es un emprendedor que se asesora de personas expertas y se asegura de una buena retroalimentación



Gráfica 30. Recibe asesorías y se retroalimenta

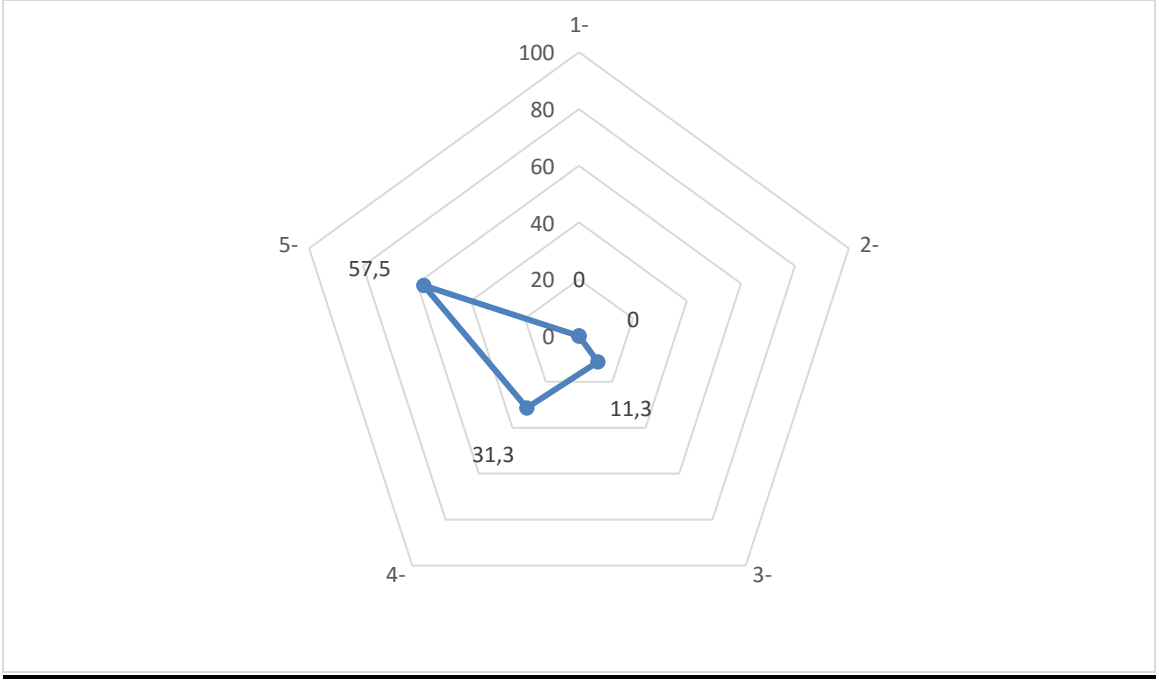
Fuente: Elaboración propia

75,9 considera que se asesora de personas expertas que le brinda direccionamiento, mientras un 21,5% cree que no lo hace o que solo lo realiza de vez en cuando.



Gráfica 31. Retos personales

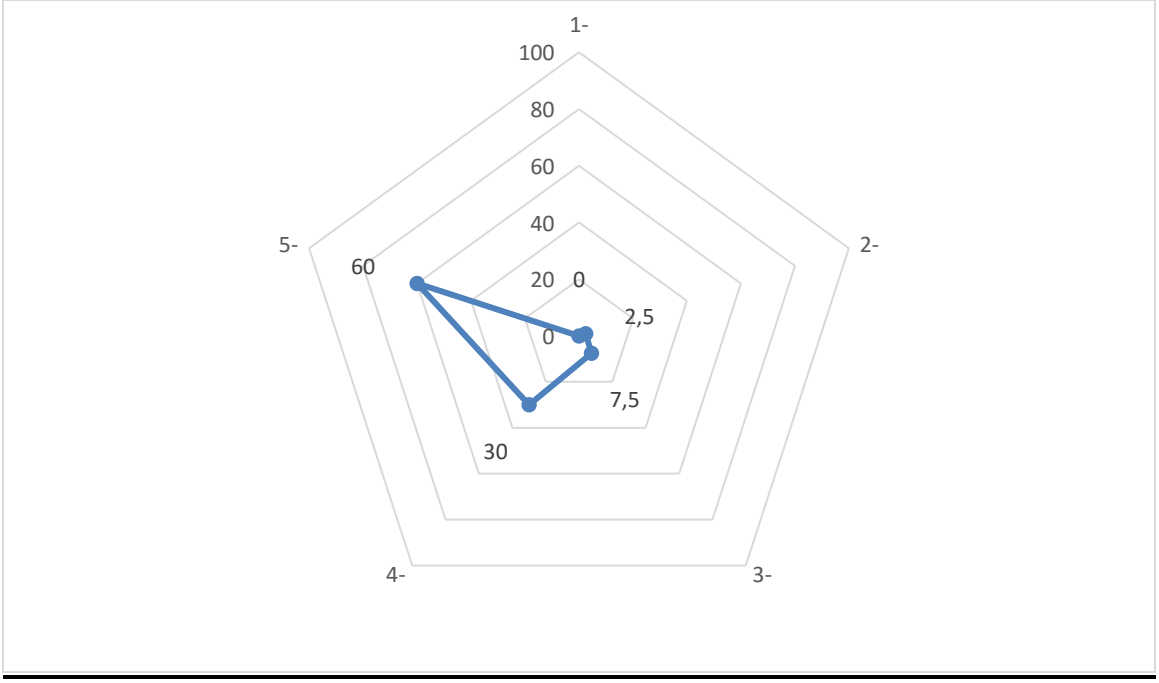
Fuente: Elaboración propia



Gráfica 32. Visión clara de lo que quiere

Fuente: Elaboración propia

11,3% cree que tiene deferencia o no tiene claridad de lo que quiere en la vida y en su emprendimiento, un 88,8% considera que sabe exactamente lo que quiere en la vida y en su emprendimiento.



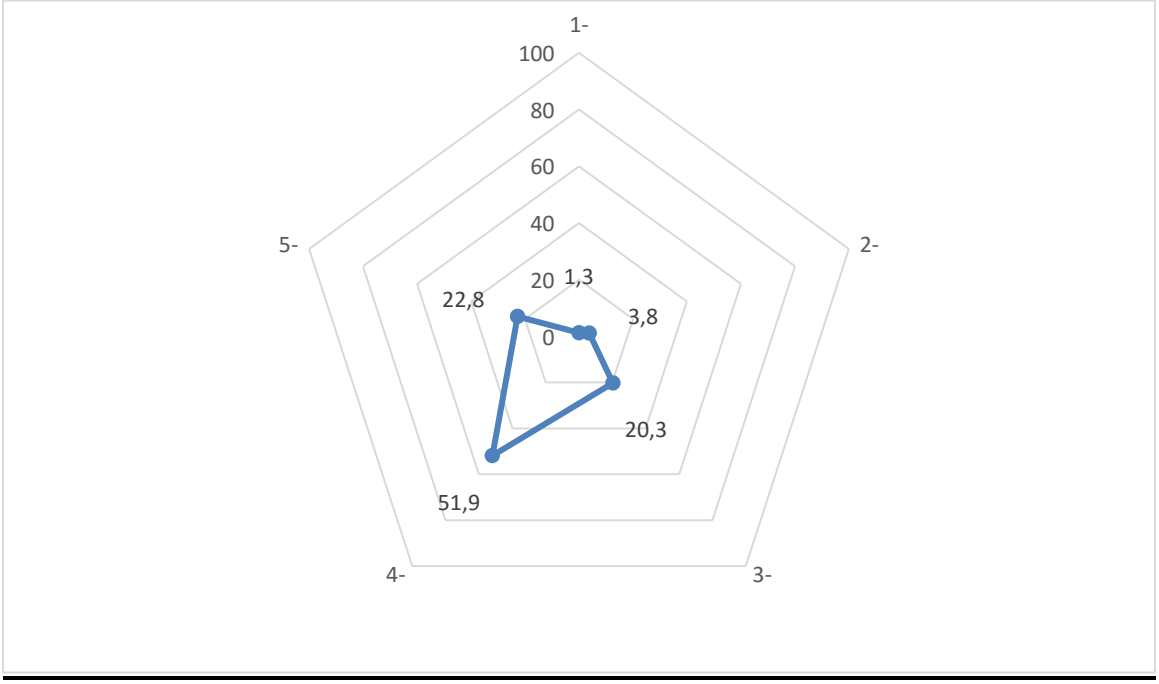
Gráfica 33. Capacidad de esfuerzo

Fuente: Elaboración propia

90% consideran que son personas que se esfuerzan para conseguir sus metas tanto a largo y corto plazo. Un 10% cree que no colocan todo su esfuerzo para conseguir lo que han planeado a largo y corto plazo, situación que los afecta en gran parte en su emprendimiento.

NECESIDADES DE PODER

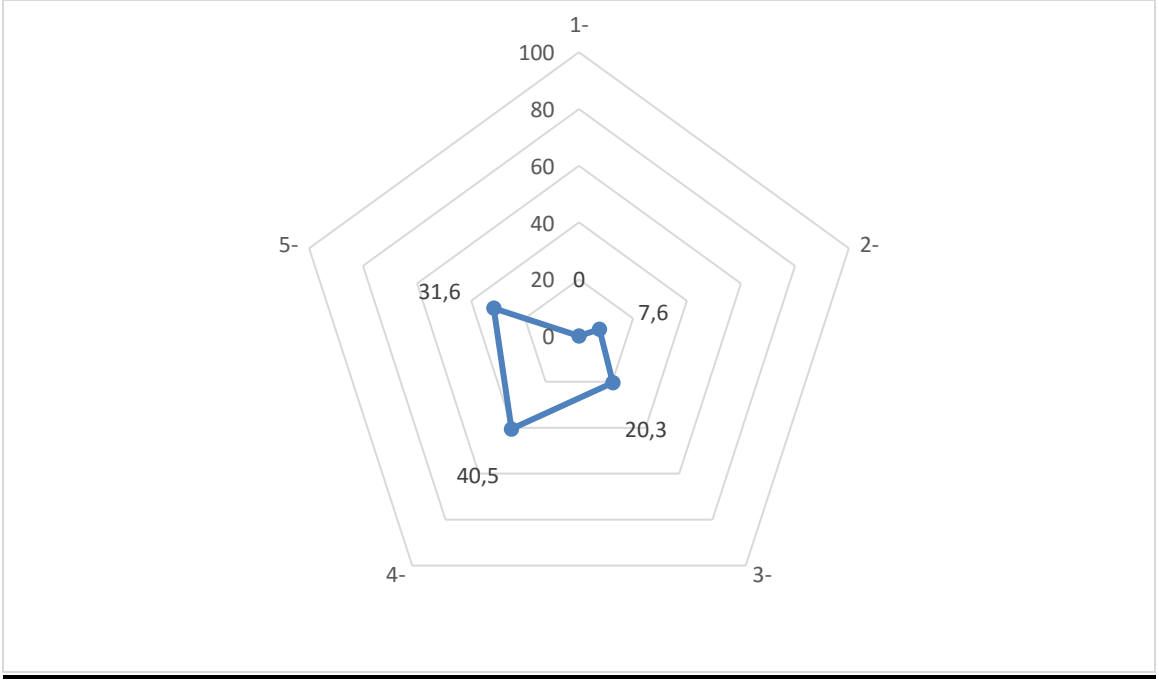
Cómo califica de 1 a 5 donde uno es lo más bajo y cinco el máximo valor.



Gráfica 34. Influye en los demás

Fuente: Elaboración propia

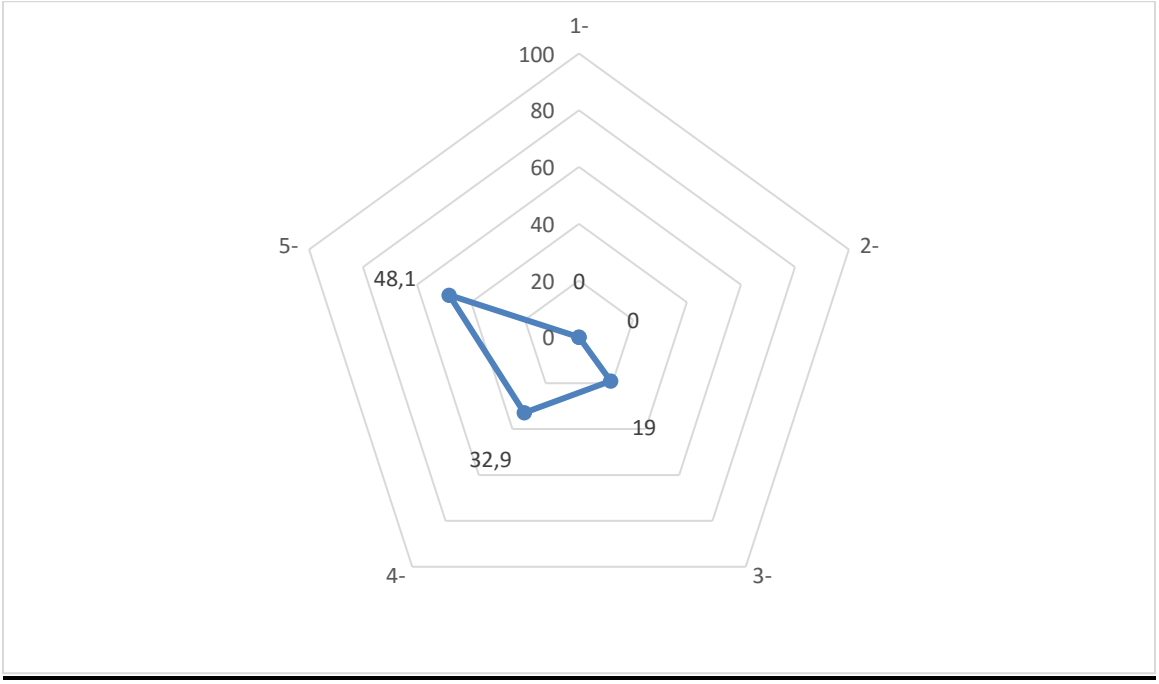
Se encontró que un 24,1% cree que no es una persona que desarrolla estrategia que influyen en otros o que si lo hace puede ser de forma deficiente. Un 74,7% consideran que sus estrategias influyen en otros.



Gráfica 35. Capacidad de delegar

Fuente: Elaboración propia

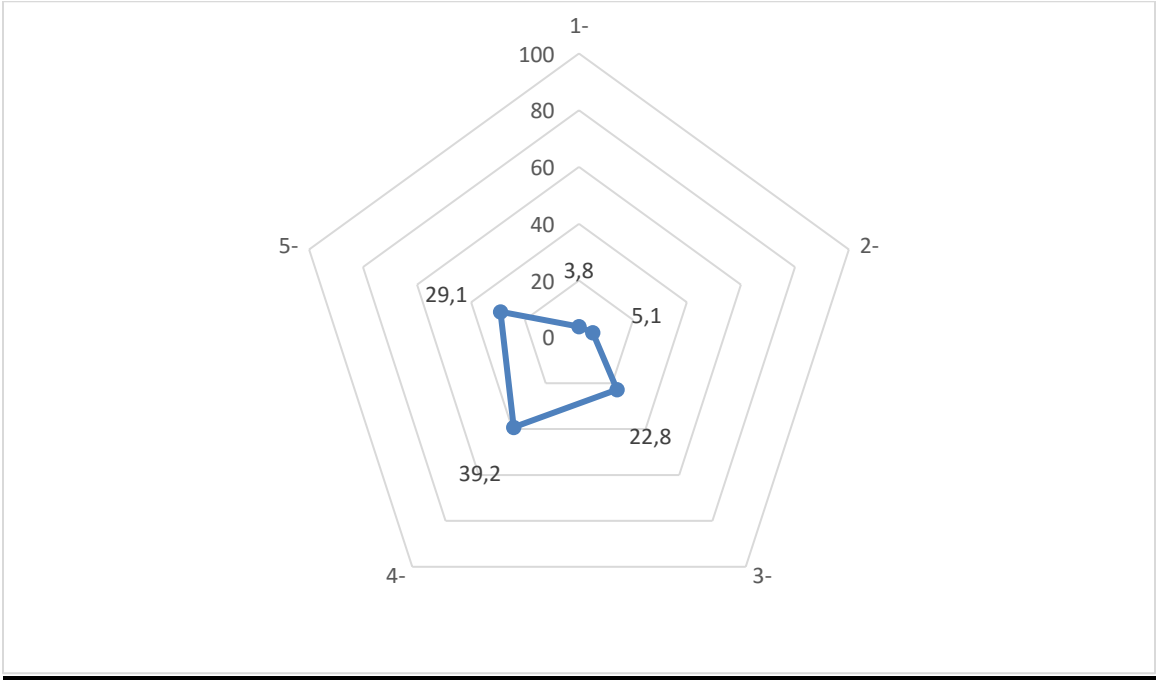
72,1% creen tener la capacidad delegar en personas claves, y un 27,9% tiene dificultades para generar procesos delegación adecuados en personas claves



Gráfica 36. Enfrenta retos

Fuente: Elaboración propia

19% tiene desconfianza en su propia habilidad para enfrentar los retos y alcanzar el éxito, en comparación con un 81% que cree tener altos niveles de confianza para enfrentar los retos y llegar al éxito.

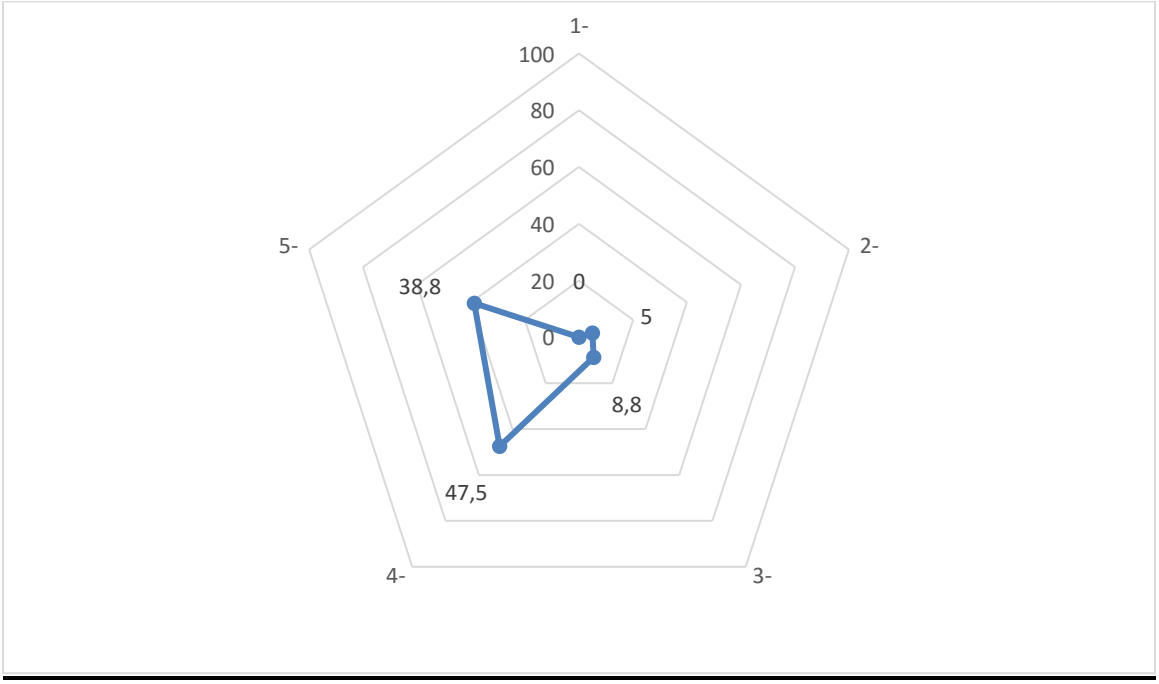


Gráfica 37. Responsable de sus éxitos y fracasos

Fuente: Elaboración propia

68,3% cree que su éxito o fracasos con resultados de si mismos, mientras un 27,9% consideran que pueden tener otras causas.

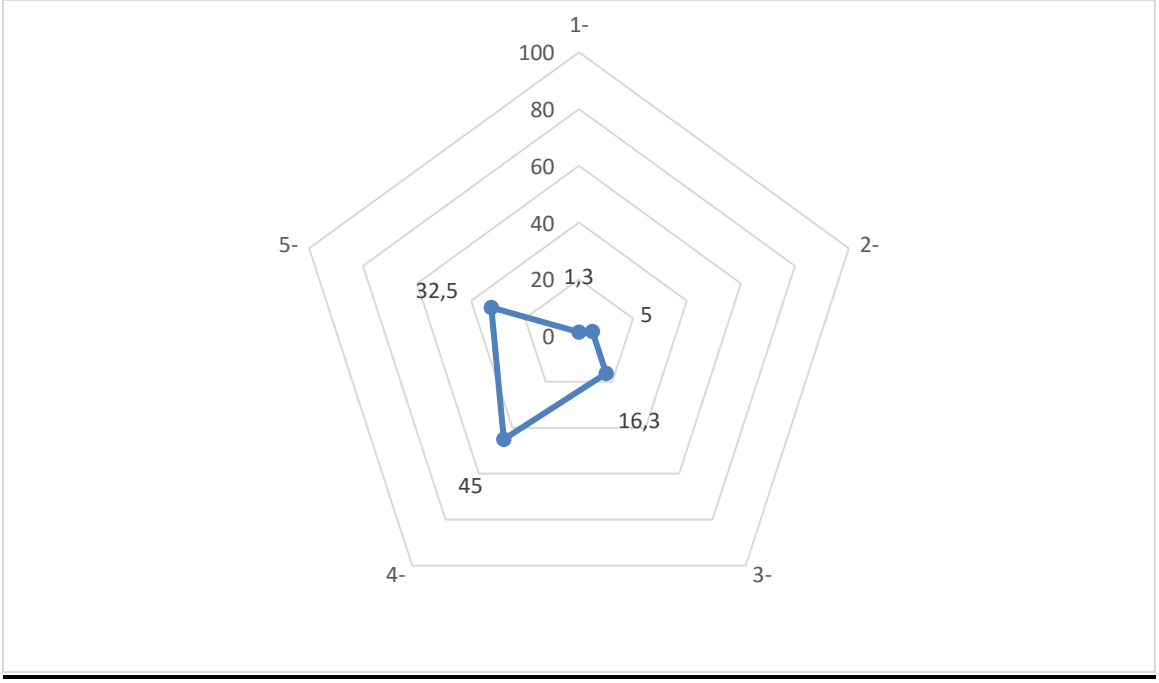
Una persona persuasiva y que construye redes de apoyo



Gráfica 38. Construye redes de apoyo

Fuente: Elaboración propia

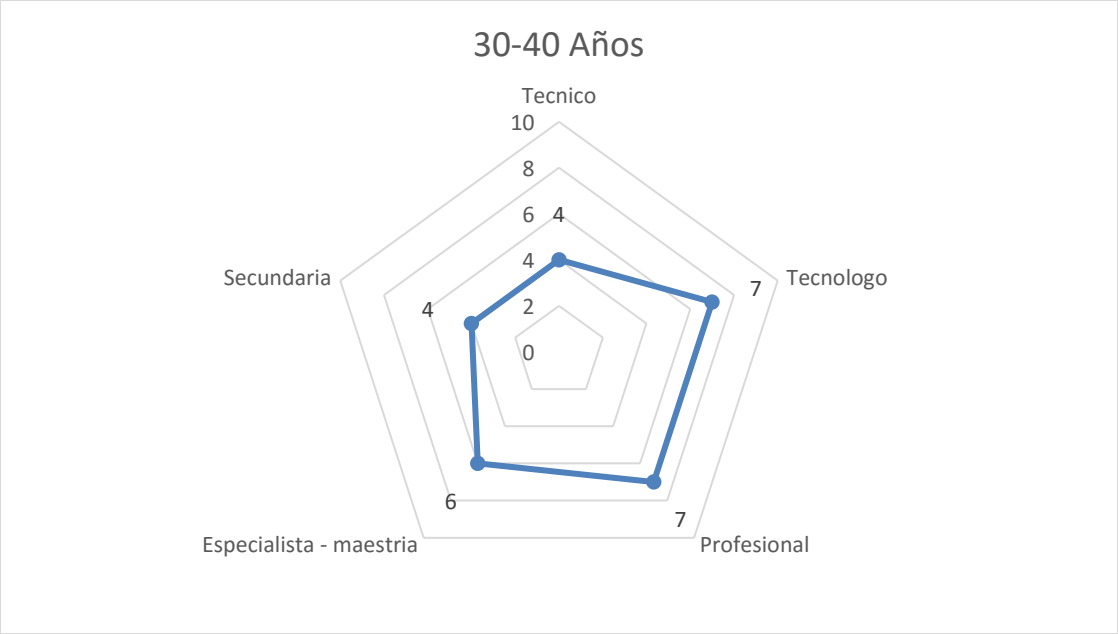
86,3% de lo encuestado se considera una persona persuasiva y que es bueno creando redes de apoyo, mientras 13,8% no son muy buenos en la creación de redes de apoyo y como personas persuasivas con otros.



Gráfica 39. Capacidad de relacionarse

Fuente: Elaboración propia

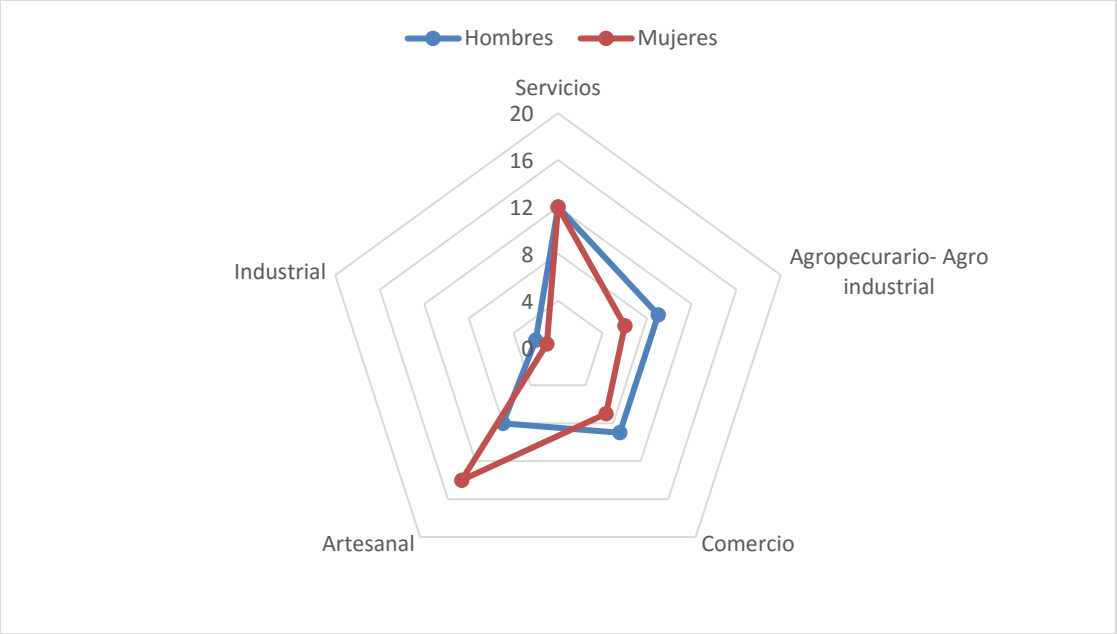
21,3% de lo encuestados tienen dificultades para conectarse con redes de apoyo y personas claves que pueden hacer que su emprendimiento pueda desarrollarse. Mientras un 77,5% cree tener una alta capacidad para conectarse con redes de apoyo y personas clave



Gráfica 40. Edad – Educación

Fuente: Elaboración propia

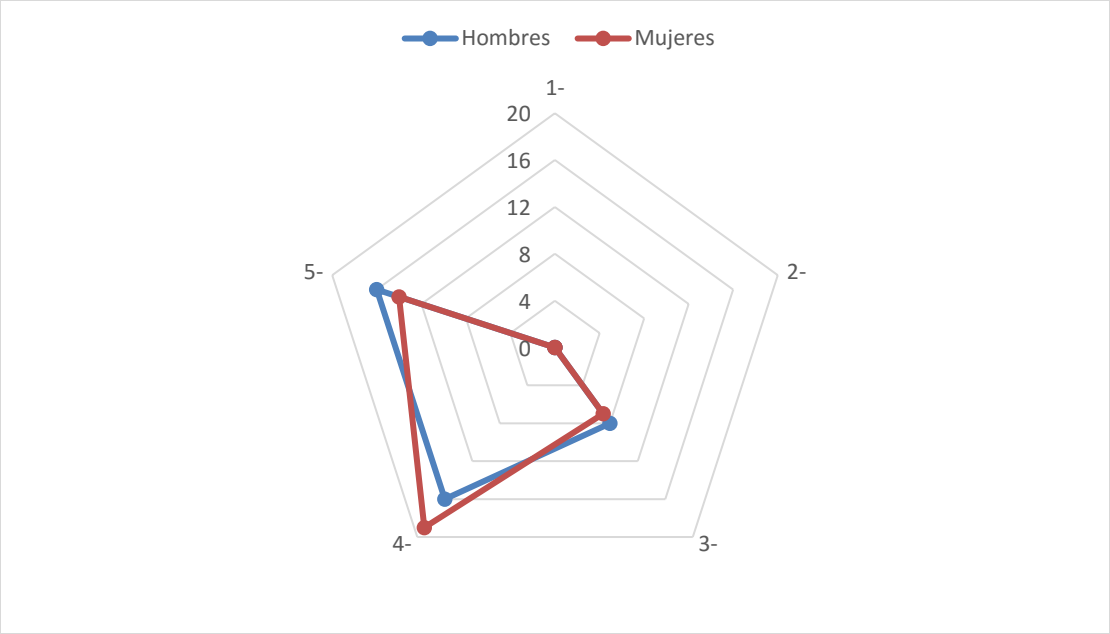
28 Personas de las encuestadas se encuentran entre las edades de 30 a 40 Años, el cual se muestra que la mayoría de estas personas son Tecnólogos y profesionales.



Gráfica 41. Género – Sectores

Fuente: Elaboración propia

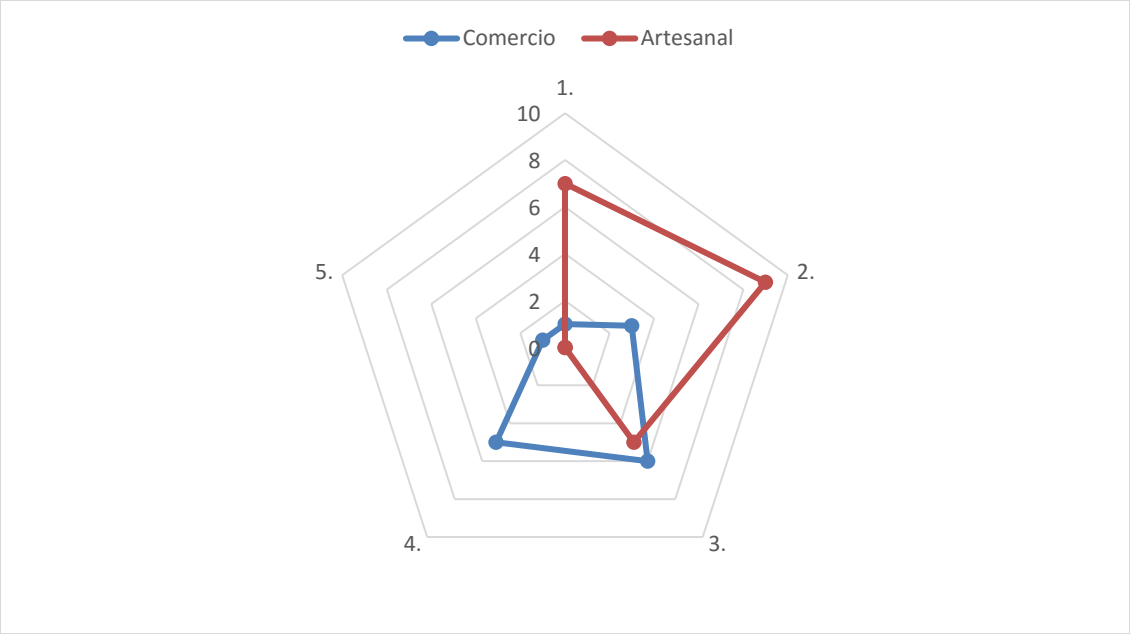
Entre los 40 Hombres y 40 Mujeres encuestadas, se evidencia que los hombres tienden a ubicarse en sector de servicios, por lo contrario, las mujeres tienden a ubicarse en el sector artesanal



Gráfica 42. Género

Fuente: Elaboración propia

De las 80 personas encuestadas, la mayoría de los Hombres indicaron que tienen una excelente capacidad para actuar (5). Por lo contrario, las mujeres tienden a tener una buena capacidad para actuar (4)



Gráfica 43. Estrato – Sectores

Fuente: Elaboración propia

En la Gráfica 43 podemos observar que la mayoría de las empresas que se encuentran en el sector del comercio son de estrato 3. Por lo contrario, los del sector artesanal son de estrato 2.

*Tabla 7. Tabla cruzada Genero del encuestado*Establecimiento de meta*

		Medio	Alta	Total
Genero del encuestado	Masculino	2	38	40
	Femenino	3	37	40
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 8. Tabla cruzada Edad del encuestado*Capacidad de*

		Medio	Alta	Total
Edad del encuestado	20-30	0	12	12
	30-40	1	27	28
	40-50	1	21	22
	50-60	1	14	15
	60-70	0	3	3
Total		3	77	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 9. Tabla cruzada Educación del estudiante*Capacidad de asumir riesgos*

		Capacidad de asumir riesgos		
		Medio	Alta	Total
Educación del estudiante	Secundaria	2	13	15
	Técnico	1	11	12
	Tecnólogo	0	14	14
	Profesional	1	23	24
	Especialidad	0	11	11
	Maestría	0	4	4
Total		4	76	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 10. Tabla cruzada Educación del estudiante*Persistente*

		Persistente		
		Medio	Alta	Total
Educación del estudiante	Secundaria	2	13	15
	Técnico	1	11	12
	Tecnólogo	0	14	14
	Profesional	1	23	24
	Especialidad	1	10	11
	Maestría	0	4	4
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 11. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Persistente*

		Persistente		
		Medio	Alta	Total
Sector de emprendimiento	Industrial	0	3	3
	Servicios	0	24	24
	Agroindustrial	1	14	15
	Comercio	2	14	16
	Artesanal	2	20	22
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 12. Tabla cruzada Educación del estudiante*Persistente*

		Persistente		
		Medio	Alta	Total
Educación del estudiante	Secundaria	2	13	15
	Técnico	1	11	12
	Tecnólogo	0	14	14
	Profesional	1	23	24
	Especialidad	1	10	11
	Maestría	0	4	4
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 13. Tabla cruzada Edad del encuestado*Persistente*

		Persistente		
		Medio	Alta	Total
Edad del encuestado	20-30	2	10	12
	30-40	1	27	28
	40-50	1	21	22
	50-60	1	14	15
	60-70	0	3	3
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 14. Tabla cruzada Educación del estudiante*Capacidad de iniciativa*

		Capacidad de iniciativa			
		Baja	Medio	Alta	Total
Edad del encuestado	20-30	0	2	10	12
	30-40	1	1	26	28
	40-50	1	1	20	22
	50-60	0	1	14	15
	60-70	0	0	3	3
Total		2	5	73	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 15. Tabla cruzada Genero del encuestado*Capacidad de iniciativa*

		Capacidad de iniciativa			
		Baja	Medio	Alta	Total
Genero del encuestado	Masculino	0	1	39	40
	Femenino	2	4	34	40
Total		2	5	73	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 16. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Capacidad de iniciativa*

		Capacidad de iniciativa			
		Baja	Medio	Alta	Total
Sector de emprendimiento	Industrial	0	0	3	3
	Servicios	2	0	22	24
	Agroindustrial	0	1	14	15
	Comercio	0	1	15	16
	Artesanal	0	3	19	22
Total		2	5	73	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 17. Tabla cruzada Edad del encuestado*Eficientes de calidad*

		Eficientes de calidad		
		Medio	Alta	Total
Edad del encuestado	20-30	2	10	12
	30-40	1	27	28
	40-50	1	21	22
	50-60	1	14	15
	60-70	0	3	3
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 18. Tabla cruzada Genero del encuestado*Eficientes de calidad*

		Eficientes de calidad		
		Medio	Alta	Total
Genero del encuestado	Masculino	2	38	40
	Femenino	3	37	40
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 19.Tabla cruzada Educación del estudiante*Eficientes de calidad*

		Eficientes de calidad		
		Medio	Alta	Total
Educación del estudiante	Secundaria	0	15	15
	Técnico	0	12	12
	Tecnólogo	0	14	14
	Profesional	4	20	24
	Especialidad	1	10	11
	Maestría	0	4	4
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 20. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Eficientes de calidad*

		Eficientes de calidad		
		Medio	Alta	Total
Sector de emprendimiento	Industrial	0	3	3
	Servicios	3	21	24
	Agroindustrial	1	14	15
	Comercio	0	16	16
	Artesanal	1	21	22
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 21. Tabla cruzada Edad del encuestado*Cumplir compromiso*

		Cumplir compromiso			
		Baja	Medio	Alta	Total
Edad del encuestado	20-30	0	2	10	12
	30-40	0	1	27	28
	40-50	0	2	20	22
	50-60	1	1	13	15
	60-70	0	0	3	3
Total		1	6	73	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 22. Tabla cruzada Genero del encuestado*Cumplir compromiso*

		Cumplir compromiso			
		Baja	Medio	Alta	Total
Genero del encuestado	Masculino	0	5	35	40
	Femenino	1	1	38	40
Total		1	6	73	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 23. Tabla cruzada Educación del estudiante*Cumplir compromiso*

		Cumplir compromiso			
		Baja	Medio	Alta	Total
Educación del estudiante	Secundaria	1	2	12	15
	Técnico	0	1	11	12
	Tecnólogo	0	0	14	14
	Profesional	0	2	22	24
	Especialidad	0	1	10	11
	Maestría	0	0	4	4
Total		1	6	73	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 24. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Cumplir compromiso*

		Cumplir compromiso			
		Baja	Medio	Alta	Total
Sector de emprendimiento	Industrial	0	0	3	3
	Servicios	0	0	24	24
	Agroindustrial	0	2	13	15
	Comercio	1	0	15	16
	Artesanal	0	4	18	22
Total		1	6	73	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 25. Tabla cruzada Edad del encuestado*Planifica sistemáticamente*

		Planifica sistematicamente		
		Medio	Alta	Total
Edad del encuestado	20-30	3	9	12
	30-40	2	26	28
	40-50	2	20	22
	50-60	1	14	15
	60-70	0	3	3
Total		8	72	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 26. Tabla cruzada Genero del encuestado*Planifica sistemáticamente*

		Planifica sistematicamente		
		Medio	Alta	Total
Genero del encuestado	Masculino	3	37	40
	Femenino	5	35	40
Total		8	72	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 27. Tabla cruzada Educación del estudiante*Planifica sistematicamente*

		Planifica sistematicamente		
		Medio	Alta	Total
Educación del estudiante	Secundaria	3	12	15
	Técnico	0	12	12
	Tecnólogo	1	13	14
	Profesional	3	21	24
	Especialidad	1	10	11
	Maestría	0	4	4
Total		8	72	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 28. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Planificación sistémica*

		Planifica sistematicamente		
		Medio	Alta	Total
Sector de emprendimiento	Industrial	0	3	3
	Servicios	3	21	24
	Agroindustrial	2	13	15
	Comercio	1	15	16
	Artesanal	2	20	22
Total		8	72	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 29. Tabla cruzada Edad del encuestado*Establece metas*

		Establece metas		
		Medio	Alta	Total
Edad del encuestado	20-30	1	11	12
	30-40	1	27	28
	40-50	1	21	22
	50-60	1	14	15
	60-70	1	2	3
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 30. Tabla cruzada Educación del estudiante*Establece metas*

		Establece metas		
		Medio	Alta	Total
Educación del estudiante	Secundaria	0	15	15
	Técnico	1	11	12
	Tecnólogo	0	14	14
	Profesional	2	22	24
	Especialidad	2	9	11
	Maestría	0	4	4
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 31. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Establece metas*

		Establece metas		
		Medio	Alta	Total
Sector de emprendimiento	Industrial	0	3	3
	Servicios	2	22	24
	Agroindustrial	1	14	15
	Comercio	0	16	16
	Artesanal	2	20	22
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 32. Tabla cruzada Edad del encuestado*Establece metas*

		Medio	Alta	
Edad del encuestado	20-30	1	11	12
	30-40	1	27	28
	40-50	1	21	22
	50-60	1	14	15
	60-70	1	2	3
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 33. Tabla cruzada Edad del encuestado*Capacidad de buscar información*

		Medio	Alta	
Edad del encuestado	20-30	1	11	12
	30-40	1	27	28
	40-50	2	20	22
	50-60	1	14	15
	60-70	0	3	3
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 34. Tabla cruzada Genero del encuestado*Capacidad de buscar información*

		Medio	Alta	
Genero del encuestado	Masculino	4	36	40
	Femenino	1	39	40
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 35. Tabla cruzada Educación del estudiante*Capacidad de buscar información*

		Medio	Alta	
Educación del estudiante	Secundaria	1	14	15
	Técnico	1	11	12
	Tecnólogo	0	14	14
	Profesional	1	23	24
	Especialidad	2	9	11
	Maestría	0	4	4
Total		5	75	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 36. Tabla cruzada Edad del encuestado*Capacidad de generar redes de apoyo*

		Medio	Alta	
Edad del encuestado	20-30	0	12	12
	30-40	1	27	28
	40-50	1	21	22
	50-60	1	14	15
	60-70	0	3	3
Total		3	77	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 37. Tabla cruzada Genero del encuestado*Capacidad de generar redes de apoyo*

		Medio	Alta	
Genero del encuestado	Masculino	1	39	40
	Femenino	2	38	40
Total		3	77	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 38. Tabla cruzada Educación del estudiante*Capacidad de generar redes de apoyo*

		Medio	Alta	
Educación del estudiante	Secundaria	1	14	15
	Técnico	1	11	12
	Tecnólogo	0	14	14
	Profesional	0	24	24
	Especialidad	1	10	11
	Maestría	0	4	4
Total		3	77	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 39. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Capacidad de generar redes de apoyo*

		Medio	Alta	Total
Sector de emprendimiento	Industrial	0	3	3
	Servicios	1	23	24
	Agroindustrial	0	15	15
	Comercio	0	16	16
	Artesanal	2	20	22
Total		3	77	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 40. Tabla cruzada Edad del encuestado*Autoconfianza e independencia*

		Medio	Alta	Total
Edad del encuestado	20-30	0	12	12
	30-40	2	26	28
	40-50	3	19	22
	50-60	1	14	15
	60-70	0	3	3
Total		6	74	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 41. Tabla cruzada Genero del encuestado*Autoconfianza e independencia*

		Medio	Alta	
Genero del encuestado	Masculino	2	38	40
	Femenino	4	36	40
Total		6	74	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 42. Tabla cruzada Educación del estudiante*Autoconfianza e independencia*

		Medio	Alta	
Educación del estudiante	Secundaria	0	15	15
	Técnico	3	9	12
	Tecnólogo	1	13	14
	Profesional	1	23	24
	Especialidad	1	10	11
	Maestría	0	4	4
Total		6	74	80

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 43. Tabla cruzada Sector de emprendimiento*Autoconfianza e independencia*

		Medio	Alta	
Sector de emprendimiento	Industrial	0	3	3
	Servicios	3	21	24
	Agroindustrial	1	14	15
	Comercio	0	16	16
	Artesanal	2	20	22
Total		6	74	80

Fuente: Elaboración propia