

Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor*

Carmen Estela Herrera Guerra**

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar

Artículo de Investigación Científica y Tecnológica/ Recibido: 27 de agosto de 2012/ Aceptado: 25 de octubre de 2012

RESUMEN

En este artículo se muestra la caracterización de los emprendedores del Fondo Emprender Sincelejo, cuyo perfil es: hombres, de edad joven, con formación universitaria, innovadores, alerta a las oportunidades, motivados por la generación de empleos, con ingresos mensuales menores a tres salarios mínimos, y no presentan dedicación exclusiva a la empresa creada. La metodología empleada inicia con la revisión bibliográfica del emprendimiento como campo de investigación y de lo que significa ser emprendedor, para elaborar el marco teórico. Fueron encuestados diecisiete participantes en el estudio, a quienes se les preguntó acerca de las características que ellos consideraban que debían estar presentes en un emprendedor. Al final se hacen unas breves conclusiones y se plantean los nuevos desafíos en el campo del emprendimiento.

Palabras clave

Emprendimiento, emprendedor, caracterización.

* Artículo producto de la tesis de grado para optar al título de Magíster en Administración de la Universidad Nacional de Colombia. Es el resultado de una investigación terminada, realizada en la línea de investigación en Mercadeo, innovación y competitividad en gestión agropecuaria MILAGRO.

** Candidata a Magíster en Administración, Universidad Nacional de Colombia, Contadora pública. (cherrera-44@hotmail.com).

A research on entrepreneurship: Defining an entrepreneur

ABSTRACT

This article sets out a description of entrepreneurs at *Fondo Empreder Sincelejo*, whose profiles are outlined with the following characteristics: men, young, undergraduates, innovative, always looking for new opportunities, motivated with employment generation, earning less than three minimum salaries per month, and not working exclusively at the created enterprise. Methodology used starts with a bibliography revision on entrepreneurship and entrepreneurs as a research field in order to build a theory framework. Afterwards, seventeen applicants were surveyed; they were asked about characteristics an entrepreneur should have. At the end, brief conclusions and new challenges in the entrepreneurship field are presented.

Keywords

Entrepreneurship, entrepreneur, characterization.

Uma investigação em empreendimento: Caracterização do empreendedor

RESUMO

Este artigo apresenta a caracterização dos empreendedores do Fundo Empreder Sincelejo, cujo perfil é: homens jovens com formação universitária, inovadores, atentos às oportunidades, motivados pela geração de empregos, com ingressos mensais menores a três salários mínimos e que não apresentam dedicação exclusiva à empresa criada. A metodologia empregada inicia com a revisão bibliográfica do empreendimento como campo de investigação e do que significa ser empreendedor, para elaborar o marco teórico. Foram entrevistados dezessete (17) participantes no estudo e, se lhes perguntou sobre as características que eles consideravam que deviam estar presentes, num empreendedor. No final, se apresentam algumas breves conclusões e se projetam novos desafios no campo do empreendimento.

Palavras chave

Empreendimento, empreendedor, caracterização.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es una estrategia utilizada por organizaciones públicas y privadas para activar la economía del país. En Estados como el colombiano, se busca implementar la cultura del emprendimiento en las instituciones educativas desde el nivel básico primaria hasta la formación universitaria.

Se realizó una revisión bibliográfica sobre el campo de investigación del emprendimiento, tomando los autores más representativos que aportaran en la construcción del marco teórico. Con base en estos planteamientos se construye la definición y caracterización del emprendedor.

Esta investigación fue dirigida a emprendedores cuyo plan de negocio fuera financiado por el Fondo Emprender Sincelejo. Se contó con la participación de diecisiete personas, a quienes se les aplicó una encuesta con preguntas referentes a la caracterización del emprendedor, con la opción de respuestas abiertas y cerradas.

El resultado reveló que las características expresadas por el emprendedor del Fondo Emprender Sincelejo tienen concordancia con las señaladas por los diferentes autores en los fundamentos teóricos.

Una vez presentados los resultados y las conclusiones, se dejan los nuevos retos y desafíos para los interesados en continuar con el tema.

MARCO TEÓRICO

El emprendimiento como campo de investigación

El emprendimiento se convierte en campo de investigación (Stevenson & Jarillo, 1990; Bygrave & Hofer, 1991; Díaz et al., 2005) por el interés que ha despertado en la comunidad científica (Shane & Venkataraman, 2000; Díaz et al., 2005; Matiz, 2009), académicos (Ronstadt, 1987; Nueno, 2009) y organizaciones públicas y privadas en general (Shapero, 1985; Thornton, 1999; Díaz et al., 2005; Amorós, 2011; Sánchez & Gutiérrez, 2011).

En este campo no existe una sola teoría que defina y explique este fenómeno (Kent, 1989; Reynolds et al., 2005; Mello et al., 2011); tampoco hay un acuerdo acerca del objeto de investigación (Bruyat - Julien, 2000 citado por Matiz, 2009). En consecuencia, posee un débil marco conceptual (Stevenson & Jarillo, 1990; Bygrave & Hofer, 1991; Shane & Venkataraman, 2000; Sánchez & Gutiérrez, 2011; Grégoire et al., 2011), que busca legitimar sus teorías (Cooper, 2003 citado por Acs & Audretsch, 2003).

Definir el emprendimiento es semánticamente una pregunta importante, ya que una definición demasiado estrecha puede ser útil a investigaciones aplicables, tal como el emprendimiento corporativo. Y una definición demasiado amplia, puede hacer referencia a una buena gestión, lo que se constituye en un campo de estudio especializado (Stevenson & Jarillo, 1990). En conclusión, ninguna definición del emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para los ejecutivos que desean tener más espíritu emprendedor (Castillo, 1999).

Evidencia de lo anterior son las siguientes definiciones: En Colombia, la Ley 1014 de 2006 define el emprendimiento como la manera de pensar y actuar; el académico Howard Stevenson (citado por Castillo, 1999) lo interpretó como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos; para el economista Schumpeter (citado por Kirzner, 1999) es la capacidad de romper con la rutina, para destruir las estructuras existentes, y promover desequilibrio.

Es importante resaltar los aportes académicos que se han realizado a este campo eminentemente práctico. La Harvard Business School ha sido la escuela de pensamiento líder indiscutible en el campo del emprendimiento en el siglo XX; la mayoría de profesores que investigan o imparten cursos sobre la iniciativa empresarial en las primeras escuelas del mundo son discípulos de la escuela de Harvard (Nueno, 2009).

Jeffrey Timmons, profesor de emprendimiento en Babson College, Harvard Business School y Northwestern University, y fundador de empresas e inversionista, es el precursor del enfoque de modelos aplicados a la práctica. Desarrolló un modelo de establecimiento de empresas basado en tres pilares: el mercado, las personas y los recursos. En 1998, fue identificado por la revista *Newsweek* como el profesor que más millonarios ha generado en los Estados Unidos (Castillo, 1999). Su libro: *New Venture Creation*, es utilizado por casi todos los programas de emprendimiento como texto base de los cursos generales, y como guía de estudios para emprendedores independientes.

Los avances en el tema de emprendimiento, en el caso colombiano, ha surgido en las universidades (Gámez, 2008), sin desconocer el esfuerzo del Estado colombiano para promover la cultura de emprendimiento en todos los niveles educativos (Ley 1014 de 2006 y Ley 1450 de 2011), implementando cátedras de emprendimiento desde la educación preescolar, que permitan desarrollar las competencias requeridas para la constitución y direccionamiento de la empresa (Ministerio de Educación, 2011).

En cuanto la producción bibliográfica en el campo del emprendimiento, durante los últimos años se ha multiplicado considerablemente (Rodríguez & Jiménez, 2005). Diferentes autores han dedicado sus investigaciones a esta temática. Kent (1989) encuentra que la mayoría de los principales libros de economía, en sus publicaciones no están cubriendo de forma adecuada el tema del emprendimiento, lo cual genera vacíos en las personas que los consultan.

Van & Versloot (2007), en su revisión a la literatura, analizan la contribución a la economía de los emprendedores con los no emprendedores, en cuatro áreas: empleo; innovación; productividad y crecimiento; y utilidad. Concluyen que es muy importante la labor del emprendedor en la economía.

Matiz (2009) expresa que las publicaciones en este tema se están incrementando considerablemente, pese a ser un campo adolescente en países como Colombia; agrega el creciente interés que han mostrado diversas organizaciones, tanto públicas como privadas.

Kuskova et al. (2011) indican que los interesados en aumentar la probabilidad de la

aceptación de sus artículos, deben integrar una teoría específica acerca de la naturaleza del emprendimiento, y su relación con el emprendedor.

Sánchez & Gutiérrez (2011) presentan una revisión de la investigación realizada en España sobre emprendimiento, la cual indica una fuerte preferencia por métodos cualitativos, contribuciones conceptuales, y todo lo referente con el proceso del emprendedor.

Fundamentos teóricos del emprendedor

El término emprendedor es de origen francés: *entrepreneur*; sus inicios se remontan a principios del siglo XVI y fue utilizado inicialmente en militares (Moncayo, 2008), con el pasar del tiempo se empleó en el comercio (Castillo, 1999; Gámez, 2008; González et al., 2010), al tomar un rumbo distinto en 1755 con Richard Cantillon (Nueno, 2009). Para Cantillon representaba la voluntad o capacidad de enfrentar la incertidumbre, con esto su significado deja de asociarse al que recibe un salario, para representar a la persona tomadora de riesgos (Stevenson & Jarillo, 1990; Valdaliso & López, 2000).

El economista francés Jean-Baptiste Say, en 1803 (citado por Varela, 2001), lo define como agente que reúne y combina los medios de producción. También como un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos. Este concepto se mantuvo hasta comienzos del siglo XX, donde se asocia con la imagen del propietario que maneja empresas y la persona que asume riesgos (Rodríguez & Jiménez, 2005).

Este enfoque empieza a cambiar con Joseph Schumpeter, quien propone las invenciones e innovaciones (Schumpeter, 1950; Castillo, 1999; Ocampo, 2008; Mccaffrey, 2009) como la clave del crecimiento económico. De esta forma cambia el rol del *entrepreneur* o emprendedor, quien deja de ser solo un tomador de riesgos económicos, para convertirse en un innovador de productos y servicios (Rodríguez & Jiménez, 2005).

La escuela austriaca es fundada por Carl Menger. A pesar de eso, es Ludwig von Mises quien empieza a perfeccionar el término de emprendedor, y es su destacado alumno Israel Kirzner, quien define al emprendedor como la persona que detecta oportunidades que otros no han percibido (Kirzner, 1973, 1997). El mismo Kirzner (1999) desvirtúa la idea que él esté en oposición a los postulados de Schumpeter, antes, por el contrario, define sus postulados como un complemento de la teoría schumpeteriana.

Rodríguez & Jiménez (2005) resumen las características que deben poseer los emprendedores, así:

- a) Para los clásicos: Tomador de riesgo, innovador, trabajador superior, y sumamente inteligente.
- b) En los neoclásicos: Toma de decisiones (distinguiendo los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable) y el liderazgo.
- c) Para Schumpeter: Persona con la idea de negocio, innovador, el que pone las ideas en movimiento, haciéndolas poderosas y potencialmente rentables (destrucción creativa).

- d) Para Kirzner: Debe estar alerta a los cambios y condiciones del mercado, anticipándolas de la mejor manera posible.

Rodríguez y Jiménez (2005) también hacen referencia a la clasificación de cuatro escuelas de pensamiento, que son:

- a) Psicológica, con las corrientes personalistas y cognitivas, definiendo un cierto número de atributos psicológicos descritos por la personalidad y los procesos cognitivos.
- b) Comportamental, refiriéndose a las actividades que se llevan a cabo para crear una organización.
- c) Económica, se especializa en la toma intuitiva de decisiones pensadas.
- d) Procesos, que se fundamenta en el desarrollo de oportunidades y la creación de una organización para explotarlas.

En esta línea de ideas, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), organización internacional que evalúa las actividades empresariales de todos los países que lo integran, presentó el reporte GEM Colombia Caribe 2010, con la caracterización para los emprendedores de Sincelejo. Este contiene una descripción del perfil emprendedor: hombres en su mayoría, jóvenes entre 25 a 34 años, con educación secundaria completa, ingresos bajos, influenciados por una persona cercana, participante en redes de emprendimiento, innovadores, atentos a las oportunidades, y tomadores de riesgos.

En su metodología el GEM utiliza los apor-

tes del Dr. David McClelland, quien afirma que las características del emprendedor son un tipo especial de comportamiento, entre las que existe un interés por ocuparse en actividades que implican emprender por su prestigio y por su riesgo (Nueno, 2009). McClelland lideró trabajos sobre pensamiento motivacional, describiendo tres tipos de necesidad motivacional: n-afiliación, n-poder y n-logro. Estos tres factores son los que llevan al ser humano a sus comportamientos concretos en las situaciones que se enfrentan en la vida (Ocampo, 2008).

Se hace necesario alertar sobre algunas publicaciones que promueven recetas simplistas (Ronstadt, 1987), basadas en las características que deben poseer las personas si quieren llegar a ser buenos emprendedores (Zorrilla, 2009). No obstante, las nuevas corrientes de investigaciones han demostrado que el emprendimiento va más allá de las características de la personalidad, puesto que depende del comportamiento que puede ser cambiado o aprendido (Amit & Muller, 1994 citados por Castillo, 1999), y la decisión que cada quien toma de acuerdo con su interpretación (Shane et al., 2003).

Para finalizar, existen muchas tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores para definir el perfil de los emprendedores (Rodríguez, 2008). Por lo tanto, si se desea desarrollar un estudio acerca de la caracterización del emprendedor, este se debe ajustar a los factores del entorno (Thornton, 1999; Lounsbury & Glynn, 2001; Díaz et al., 2005) y cada contexto en particular (Zahra & Nambisan, 2011).

METODOLOGÍA

Esta investigación inició con la revisión de la bibliografía relacionada con el emprendimiento como campo de investigación, y los planteamientos alrededor del emprendedor. Para esto se utilizaron las revistas indexadas por Colciencias, bases de datos electrónicas como: Emerald, Jstor, Ebsco Hot, E-libro, y libros impresos. Todo esto permitió la construcción del marco teórico.

Después se contactó a diecisiete emprendedores avalados por Fondo Emprender Sincelejo, para realizar con ellos un estudio cualitativo y descriptivo que permitiera conocer las características presentes en un emprendedor.

Para ello se diseñó una encuesta con respuestas abiertas y cerradas, en la cual se les indagaba sobre la percepción que ellos tienen acerca de las características que debe tener el emprendedor, para luego desglosar cada una de estas dimensiones.

Una vez diligenciada la encuesta, los datos fueron recopilados y tabulados, se sistema-

tizaron las respuestas recolectadas, se analizó la información obtenida y las variables más significativas que el estudio revelaba, para finalmente presentar los resultados en este artículo.

RESULTADOS

Los emprendedores identificaron algunas características que deben estar presentes en aquellos que están interesados en crear su propia empresa. Estas son: el conocimiento del negocio y la formación académica, la innovación en el producto, y la motivación; las mencionadas priman sobre otras cualidades como: la perseverancia, los riesgos, las oportunidades, la edad, la experiencia y el liderazgo. En la Tabla 1 se sintetizan las respuestas.

Estos resultados evidencian lo planteado en el marco teórico, donde autores como Schumpeter presentan al emprendedor como una persona innovadora; para Kirzner es aquella que está alerta a las oportunidades; el Dr. McClelland hace referencia a las motivaciones y comportamiento presente

Tabla 1. Percepción de las características que debe poseer un emprendedor

Fuente: Elaboración del autor

¿Qué características debe tener un emprendedor?	No. de emprendedores	Porcentaje de aceptación entre todos los emprendedores
Formación / Conocimiento	6	35,29%
Innovación	6	35,29%
Motivación	4	23,53%
Perseverancia	2	11,76%
Tomador de riesgos	1	5,88%
Alerta a las oportunidades	1	5,88%
Edad	1	5,88%
Experiencia	1	5,88%
Liderazgo	1	5,88%

en el individuo; finalmente se hace presente la toma de riesgo propuesta por Cantillon.

Al profundizar en cada una de las características se detectó que la formación académica en profesionales universitarios prevalece sobre los especializados y los de formación técnica, como se revela en la Tabla 2.

Esto puede obedecer a los requisitos contemplados por el Fondo Emprender para financiar los planes de negocios, los cuales indican que estos emprendedores deben ser alumnos del Sena, estudiantes en curso de los dos últimos semestres de un programa de educación superior, profesionales universitarios que hayan terminado académicamente dentro del último año, y estudiantes que se encuentren cursando postgrado y obtuvieron la certificación dentro de los últimos 12 meses.

Al consultar por el tipo de innovación que estaban ofreciendo, según los tres tipos de innovación presentados por Aktouf (2009),

se halló que la innovación en el producto estuvo por encima de la innovación en los procedimientos, y en la organización. La Tabla 3 refleja los resultados.

Estos emprendedores reconocen que el componente innovación representa un papel importante al momento de postular sus proyectos en el Fondo Emprender. En consecuencia, todos ofrecen algo novedoso y creativo, siendo esto más frecuente en el producto que en los procedimientos llevados a cabo para ofrecer el producto, y la nueva organización que pretenden formar.

La motivación de los emprendedores al momento de crear la empresa era más por oportunidad que por necesidad. Así como la idea de generar empleo a otros, prevaleció antes que la necesidad por crear su propio empleo. Aun así, hubo algunos que en su respuesta contemplaron la combinación de las dos alternativas (Tabla 4).

La mayoría de los emprendedores encues-

Tabla 2. Formación académica

Fuente: Elaboración del autor

¿Cuál es su nivel educativo?	No. de emprendedores	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Formación técnica	3	17,65%	17,65%
Formación en pregrado	11	64,70%	82,35%
Formación en posgrado	3	17,65%	100%
Total	17	100%	

Tabla 3. Innovación ofrecida

Fuente: Elaboración del autor

¿Considera que está ofreciendo innovación en el producto, el procedimiento, o en la organización?	No. de emprendedores	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Innovación en el producto	12	70,59%	70,59%
Innovación en el procedimiento	3	17,65%	88,24%
Innovación en la organización	2	11,76%	100%
Total	17	100%	

tados sintieron que con la creación de su empresa estaban realizando importantes aportes a la economía de la región y la disminución en la tasa de desempleo. Los resultados revelan una relación directamente proporcional entre la variable oportunidad y generar empleo a otros, así como una correlación entre la motivación por necesidad y generar su propio empleo.

Entre los participantes de la encuesta el género masculino resultó ser más emprendedor, aunque la diferencia con el género femenino es mínima, como se observa en la Tabla 5.

Otra característica presente en los emprendedores, la cual no es menos importante que las ya mencionadas, es la edad. En la Tabla 6 se muestra que no existe límite de tiempo para emprender un proyecto de negocio.

Los resultados reflejan que el espíritu emprendedor está en los jóvenes de 25 a 34 años, los cuales se encuentran en una etapa altamente productiva, atraídos por los riesgos y oportunidades, los cuales en muchos

casos están recién graduados y ven en la creación de empresas una elección de carrera. A pesar de esto, los encuestados de mayor edad expresaron que sus sueños fueron realizados gracias a su dedicación, persistencia y asesorías recibidas en la unidad de emprendimiento.

En la Tabla 7 se hace referencia a los ingresos percibidos una vez la empresa está constituida. Esta dimensión está relacionada con la característica de perseverancia, debido a que son pocos los emprendedores con dedicación exclusiva a su empresa, a causa del bajo nivel de utilidades que esto le genera, y por la necesidad de obtener dinero de otra fuente para apalancar el negocio, alternativa que a su modo de ver le va a permitir permanecer en el mercado.

Los emprendedores en su mayoría perciben hasta tres salarios mínimos, los cuales no llenan las expectativas con las cuales crearon su empresa. Esta situación les hace considerar nuevas alternativas de ingresos fuera de su empresa, y en algunos casos la poca

Tabla 4. Motivaciones

Fuente: Elaboración del autor

¿Su motivación para crear su empresa fue oportunidad o necesidad, generar autoempleo o generar empleo a otros?	No. de emprendedores	Porcentaje (%) de aceptación entre todos los emprendedores
Oportunidad	13	76,47%
Generar empleo a otros	13	76,47%
Necesidad	5	29,41%
Generar autoempleo	8	47,06%

Tabla 5. Género

Fuente: Elaboración del autor

Marque su género	No. de emprendedores	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	9	52,94%	52,94%
Femenino	8	47,06%	100%

perseverancia termina con la liquidación e inactivación de la empresa, ocasionándole en algunos casos problemas jurídicos.

CONCLUSIONES

El emprendimiento es un campo de investigación el cual adolece de legitimidad debido al débil marco conceptual que presenta. Este tema se ha abordado desde distintas ramas de las ciencias sociales, tales como: la psicología, la gestión estratégica, la sociología, la antropología y la psicología social, sin que esto permita llegar a un consenso en sus teorías y postulados.

El emprendimiento es una estrategia utilizada por organizaciones públicas y privadas para disminuir la tasa de desempleados, hacer empresas autosostenibles y generar una cultura en la nueva generación. En Colombia, las universidades han mostrado un

especial interés al crear redes de emprendimiento e incentivar a sus estudiantes en la participación de estas redes.

El Fondo Emprender es una iniciativa del Estado colombiano, el cual les permite a los emprendedores acceder a una amplia red, donde encuentran asesoría, asistencia y capital semilla. Para esto se debe cumplir con todos los requisitos legales, como ser estudiante del Sena, estar cursando los dos últimos semestres en una carrera universitaria, o haber cursado el postgrado hace menos de un año.

A partir de los años noventa se ha incrementado la literatura que hace referencia al campo del emprendimiento, donde los autores prefieren los métodos cualitativos e investigaciones empíricas que les permiten hacer aportes conceptuales. El tema de mayor interés es el proceso de crear empre-

Tabla 6. Edad

Fuente: Elaboración del autor

De los siguientes rangos de edad, ¿dónde se encuentra ubicado?	No. de emprendedores	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Edad entre 25 - 29	6	35,29%	35,29%
Edad entre 30 y 34	5	29,41%	64,70%
Edad entre 35 y 39	2	11,76%	76,46%
Edad entre 45 y 49	1	5,88%	82,34%
Mayor a 50 años	3	17,66%	100%

Tabla 7. Ingresos

Fuente: Elaboración del autor

¿En qué nivel de ingresos se encuentra usted?	No. de emprendedores	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ingreso menor a 2 SMMLV*	3	17,65%	17,65%
Ingresos entre 2 y 3 SMMLV	7	41,18%	58,83%
Ingresos entre 4 y 5 SMMLV	2	11,76%	70,59%
Ingresos mayores a 5 SMMLV	4	23,53%	94,12%
No sabe	1	5,88%	100%

(*) Para el año 2012 el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV) en Colombia es de \$566,700.

sa, las motivaciones y la elaboración de los planes de negocios.

Existen aportes importantes de los académicos en este campo; tal es el caso del profesor Jeffrey Timmons, quien logró desarrollar modelos aplicados a la práctica. Sus clases tenían tanta aceptación, por ser reconocido como el hombre que más millonarios formaba, que su libro *Venture* es ampliamente utilizado en programas de formación para emprendedores.

Respecto a la definición y caracterización del emprendedor, se dispone de una serie de características que van ligadas a la personalidad, esto manejado por las escuelas clásicas, neoclásicas, de Schumpeter y austriaca. A partir del surgimiento de las nuevas corrientes del pensamiento, existe una visión más holística del emprendedor, la cual contempla el ecosistema, el entorno, el contexto y su comportamiento.

Realizar una aproximación de las características de un emprendedor exitoso, suele resultar interesante si se tiene en cuenta el contexto cultural, las condiciones que el entorno le exige, identificar el contexto en el cual se está llevando a cabo el proyecto y, no menos importante, la persona en su integridad.

La encuesta aplicada a los emprendedores del Fondo Emprender Sincelejo revela que las características que debe poseer un emprendedor son: la formación académica, la cual es requisito indispensable para ser candidato a la convocatoria; la innovación en lo que se desea ofrecer; y la motivación, sea por crear su propio empleo, o el de otros.

Detallando cada una de estas dimensiones, se encontró que la mayoría corresponde a profesionales universitarios jóvenes, los cuales proyectan y presentan un producto innovador, y cuyas expectativas son generar empleos a otros. Sin embargo, con el transcurrir del tiempo, sus ingresos no son los proyectados. Esto les conduce a dejar su dedicación exclusiva a la empresa creada, para incursionar en otras actividades que le permitan mejorar su estatus económico.

Para finalizar, se puede afirmar que esta investigación preliminar presenta la base para formular nuevos proyectos de investigación en la línea de emprendimiento, en la cual se validen los resultados aquí obtenidos, con un planteamiento específico; teniendo en cuenta que el emprendimiento es una estrategia utilizada por muchos países para activar la economía, disminuir el desempleo y crear ventajas competitivas para hacer frente a la actual economía globalizada.

REFERENCIAS

- ACS, Zoltan J. & Audretsch, D. (2003). *Handbook of Entrepreneurship Research, International Handbook Series on Entrepreneurship*. (2nd. Ed.). New York: Springer. Recuperado de: http://books.google.com.au/books?id=4KRnkLZfXtMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Aktouf, O. (2009). "La administración de la innovación y de los conocimientos: De la era industrial a la del saber y lo intangible". En: *La administración, entre tradición y renovación*. Cali: Artes Gráficas del Valle.

- Amorós, L. (2011). El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Administración*, 46:1-15.
- Bygrave, W. & Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* (pp 13-22).
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile.
- Colombia, Congreso de la República, *Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Colombia.
- Colombia, Congreso de la República, *Ley 1450 de 2011. Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014*, Capítulo 3, Art. 2, pp. 50-178.
- Díaz, J., Urbano, D. & Hernández, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* Vol. 11, No. 3:209-230.
- Gámez, J. (2008). El emprendedor, hacia una nueva caracterización en Colombia. *Revista Management*. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de San Buenaventura, Bogotá, D. C., Colombia, Volumen XVII, número 29:17-32.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Colombia Caribe 2010, Reporte de resultados GEM Colombia Caribe 2010*. ISBN 978-958-741-141-6
- González, J. et al. (2010). Caracterización emprendedora de los empresarios en los Valles de Tundama y Sugamuxi. Boyacá (Colombia). *Revista Pensamiento & Gestión*, 29:163-189. Universidad del Norte.
- Grégoire, D., Corbett, A. & McMullen, J. (2011). The Cognitive Perspective in Entrepreneurship: An Agenda for Future Research. *Journal of Management Studies* (48)6:1443-1477.
- Kent, C. (1989). The Treatment of Entrepreneurship in Principles of Economics Textbooks. *The Journal of Economic Education*, Vol. 20, No. 2:153-164.
- Kirzner, I. (1973). The Entrepreneurship. En: The University of Chicago Press, Ltd. *Competition and Entrepreneurship* (pp. 30-87). London.
- Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Revista Journal of Economic Literature*, Vol. 35, No. 1:60-85.
- Kirzner, I. (1999). Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur. *Review of Austrian Economics*, 11:5-17.
- Kuskova, V., Podsakoff, N. & Podsakoff, P. (2011). Effects of theoretical contribution, methodological rigor, and journal quality, on the impact of scale development articles in the field of entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5:10-36.
- Lounsbury, M. & Glynn, M. (2001). Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources. *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No. 6/7: 545-564.

- Matiz, F. (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista EAN* No. 66:169-182.
- Mccaffrey, M. (2009). Entrepreneurship, economic evolution, and the end of capitalism: reconsidering Schumpeter's thesis. *The quarterly journal of Austrian Economics* 12, No. 4:3-21.
- Mello et al. (2011). A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. *Revista RAC*, Curitiba, v. 15, n. 2, art. 1:179-197.
- Ministerio de Educación Nacional (2011). Publicaciones. Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/propertyvalue-30973.html>.
- Moncayo, P. (2008). Emprendimiento: un concepto que integra el ser y el hacer del sujeto. *Revista Management*. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de San Buenaventura, Bogotá, D. C., Colombia. Volumen XVII, número 29:33-48.
- Nueno, P. (2009). "La aportación de la ciencia". En: *Emprendiendo hacia el 2020: una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas* (pp. 213-235). España: Deusto.
- Ocampo, J. (2008). Aproximación conceptual a la preparación en emprendimiento. *Revista Eos* No. 2:33-53.
- Reynolds, P. et al. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics* Vol. 24:205-231.
- Rodríguez, C. & Jiménez, M (2005). Emprendimiento, acción gubernamental y academia. *Revista Revisión de la literatura. Innovar* Vol. 15 No. 26:73-89.
- Rodríguez, A. (2008). El emprendimiento en Colombia. *Revista Entramado*, Vol. 4 No. 2:20-37.
- Ronstadt, R. (1987). The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurial Education is Beginning. *American Journal of Small Business*, pp. 37-53.
- Sánchez, J. & Gutiérrez, A. (2011). Entrepreneurship research in Spain: Developments and distinctiveness. *Revista Psicothema* Vol. 23, No. 3:458-463.
- Schumpeter, J. (1950). "Crumbling Walls". En: *Capitalism, Socialism and Democracy*. (3ra. ed.) New York: Harper & Row, Publishers (pp. 131-142).
- Shane et al. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review* 13:257-279.
- Shane, S. & Venkataraman, S (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 1:217-226.
- Shapero, A. (1985). Why entrepreneurship? A worldwide perspective. *Journal of Small Business Management*, Guest Editorial, October 1985; 1-5.
- Stevenson, H. & y Jarillo, J. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, Vol. 11:17-27.
- Thornton, P. (1999). The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, Vol. 25 (1999), pp. 19-46.

- Valdaliso, J. & López, S. (2000). "La naturaleza económica de la empresa y el empresario". En: *Historia económica de la empresa* (pp. 3-52). Barcelona.
- Van Praag, C. & Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics* (2007) 29:351-382.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*. (2da. Ed.). Bogotá, D.C.: Pearson educación de Colombia Ltda.
- What is GEM? Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/What-is-GEM>.
- Zahra, S. & Nambisan, S. (2011). Entrepreneurship in global innovation ecosystems. *Academy of Marketing Science Rev* (2011) 1:4-17.
- Zorrilla, J. (2009). *Las etapas del empresario moderno*. Argentina: El Cid Editor apuntes.