

Reflexiones sobre el desarrollo empresarial y medio ambiente

Pensar la sostenibilidad

Autores: Regalado Calanche, D., Rosero Sarasty, O., Guardiola Esmeral, A., Muñoz Prada, P., Orozco Castillo, E., Bolaño Maradey, Y., García Ochoa, L., Flórez Vásquez, C., Montoya Berbén, G., Acuña Ortigoza, M., Pimienta Gómez, S., Jiménez Sierra, D., Ibáñez, R., Acosta Álvarez, C., Venera Lora, M., Rada Martínez, A, Viloría Pérez, J., Montoya Duffis, S., y Villanueva Mancilla, L.



**EDUCACIÓN
SUPERIOR DE
CALIDAD AL
SERVICIO DE
LA GENTE**



ISBN 978-958-52579-6-2
2022

Reflexiones sobre el Desarrollo Empresarial y Medio Ambiente: Pensar la Sostenibilidad

Vol. 2

ISBN 978-958-52579-6-2

©2022 Ediciones INFOTEP HVG
Ciénaga, Magdalena.



©2022 Derechos Reservados INFOTEP HVG

Reflexiones sobre el Desarrollo Empresarial y Medio Ambiente: Pensar la Sostenibilidad

Todos los contenidos de este texto (incluyendo, pero no limitado a, texto, logotipos, contenido, fotografías, audio, botones, nombres comerciales y video) están sujetos a derechos de propiedad por las leyes de Derechos de Autor y demás Leyes relativas Internacionales y de terceros titulares de estos que han autorizado debidamente su inclusión.

En ningún caso se entenderá que se concede licencia alguna o se efectúa renuncia, transmisión, cesión total o parcial de derechos, no se confiere ningún derecho, y en especial, de alteración, exportación, reproducción, distribución o comunicación pública sobre dichos contenidos sin la previa autorización expresa de los autores o de los titulares correspondientes.

Autores

Regalado Calanche, D., Rosero Sarasty, O., Guardiola Esmeral, A., Muñoz Prada, P., Orozco Castillo, E., Bolaño Maradey, Y., García Ochoa, L., Flórez Vásquez, C., Montoya Berbén, G., Acuña Ortigoza, M., Pimienta Gómez, S., Jiménez Sierra, D., Ibáñez, R., Acosta Álvarez, C., Venera Lora, M., Rada Martínez, A, Viloría Pérez, J., Montoya Duffis, S., y Villanueva Mancilla, L.

Coordinador Editorial

Viloría Escobar, Javier

Edición y diagramación

Egea Lavalle, María Fernanda

ISBN 978-958-52579-6-2

Año

2022

PRÓLOGO

Pensar la sostenibilidad, como preocupación por el desarrollo empresarial implica abordar temas de Inversión Socialmente Responsable (ISR), incorporar pautas de gestión verde en las organizaciones como una forma de gestión que conduce a planteamientos estratégicos y de negocios respetuosos con la sostenibilidad, entender el concepto como complejo y multidimensional que no puede resolverse con una sola acción corporativa, vincular el progreso económico empresarial con el desarrollo de la sociedad, conduce entonces a pensar en un modelo de sostenibilidad empresarial. Además, se requiere superar los fines utilitaristas, que exista una mayor conciencia del mercado consumidor para que no sólo se incline por productos ecológicos, sino que se evite consumir más de lo que en realidad se requiere, y que, al mismo tiempo, se modifique el estilo de vida para contribuir con ello a un desarrollo realmente sostenible, Garzón e Ibarra (2014) y Diaz-Cáceres (2015).

En función a lo expuesto veo con complacencia las diferentes investigaciones realizadas encauzadas en la línea de la sostenibilidad, como una orientación de Responsabilidad social universitaria en la institución, las que a continuación se plantean invitando a la lectura e internalización de estas.

La sostenibilidad vista desde la preocupación por la gestión de capital humano conduce establecer los inicios por considerar el activo más importante del sector organizacional, razón que motivó a Dubys Regalado Calanche y Oscar Rosero Sarasty a investigar la caracterización de la gestión de los recursos humano en el contexto hotelero, y considerarlo una necesidad por los cambios exigibles para los altos niveles de competitividad en la dinámica de estos del sector turístico, por lo que obliga a fortalecer su gestión como factor estratégico para la competitividad organizacional, mediante el desarrollo profesional de las personas, necesarias en el fomento de la competitividad, sin embargo, identificaron que existen cierto consenso en que estas prácticas son implementadas sin un previo análisis y una planificación, lo que impide su efectividad para el logro de los objetivos de la organización.

En el mismo sentido, el comercio justo asociado al comercio internacional en la perspectiva de la economía solidaria genera la necesidad definir estrategias de articulación de actores estratégicos que aporten a la internacionalización de las asociaciones productoras que apuntan al fomento del comercio justo, un aporte desde la responsabilidad social. Autoras: Alejandra del Rosario Guardiola Esmeral y Patricia Milena Muñoz Prada.

Por otra parte, la investigación presentada por Elvis Orozco Castillo, Yesenia Bolaño Maradey y Laura García Ochoa, brinda conocimiento desde la estrategia del marketing digital, herramientas tecnológicas que, en sus actividades comerciales, ven una oportunidad de negocios en el marco del desarrollo empresarial, como ventaja comparativa frente a las otras empresas del mercado en Santa Marta, permitiendo

incremento en ventas, aumento de clientes, reconocimiento en el mercado y reducción de costos.

Los investigadores Elvis Orozco Castillo, Carlos Flórez Vásquez, Gilberto Montoya Berbén, Marianela Acuña Ortigoza, Suraya Pimienta Gómez y Devinso Jiménez Sierra, identificaron en los argumentos del emprendimiento y utilizando la hermenéutica como elemento metodológico a través de la investigación, los factores de éxito sean las actitudes para emprender o las percepciones de la forma de emprender, infiriendo, que la temática de emprendimiento está adquiriendo una episteme que se basa gnoseológicamente en la alteridad y en enfoques sistémicos de investigación.

También es preciso resaltar a Rosana Patricia Ibáñez, con la investigación que tuvo como propósito evaluar la producción del melón a nivel mundial, identificó alternativas en la innovación dentro de la cadena agroalimentaria de este producto, dando respuesta a los productores sobre las tendencias de investigación propias en este campo, dando a conocer que esta producción se encuentran a la vanguardia de la economía mundial, forjando el balance entre conocimientos y recursos, lo que les ha permitido llevarla a alcanzar los primeros lugares, para ser el factor más determinante en los niveles de vida, hasta ubicarla entre las economías más desarrolladas basadas en conocimiento y tecnología.

De importancia reconocer la precisión de Carlos Acosta Álvarez y Milena Venera Lora, con una propuesta fundamentada en el pensamiento mundial para alcanzar propósitos de sostenibilidad en el tiempo, mediante el componente ambiental de la logística inversa, como estrategia de competitividad para el sector agroindustrial del departamento del Magdalena, incorporando procesos de devoluciones, recolección, reutilización y remanufacturación, desde el cliente final o consumidor hasta el fabricante o proveedor, para contribuir a la mejora de sus indicadores, así como la formación del talento humano regional, como tema de competitividad.

En la perspectivas del emprendimiento femenino en Santa Marta - Magdalena, el autor Elvis Orozco Castillo, presenta la investigación con un enfoque paradigmático deductivo, analizado en una relación dialéctica entre el sujeto y el objeto de investigación, en esta visión metodológica, pudo determinar que la definición de emprendimiento en la percepción de las emprendedoras varía de acuerdo con las características propias de la emprendedora y de la forma en que ella lo utilizó para materializar su propio emprendimiento, en igual sentido observan a sus colegas como: “valiosas, valientes, dignas de admirar, berracas que rompen paradigmas”, manifestando que el ejercicio del taller sobre la idea emprendedora, las llevo a sentirse: felices, orgullosas, satisfechas, empoderadas y realizadas.

La responsabilidad social universitaria como estrategia de redefinición en lo social, educativo, cognitivo y gerencial, por parte de Alain Rada Martínez y Silvia Elena Montoya Duffis, buscó entender el papel que a lo largo de la historia ha desempeñado la universidad como cauce de transmisión de conocimiento y eslabón entre la sociedad y la empresa, una estrategia para la redefinición de carácter institucional en la educación superior, desde lo social, organizacional, cognitivo y educativo, con propósitos de sostenibilidad en sus patrones de desarrollo y establecer un equilibrio entre las necesidades reales y el objetivo de lograr incidir en la transformación de

las comunidades. Logrando concebir esta acción como un elemento diferenciador de la Responsabilidad Social Universitaria y no como un simple enfoque de gestión administrativa.

Por su parte, Jhon Alexander Viloría Pérez y Luz Aida Villanueva Mancilla en la investigación, bajo un asunto de economía internacional avanzada, trató el efecto de la gran recesión (2007-2009) en las economías emergentes, caso de estudio de la tasa de desempleo en Polonia y Colombia, examinó el impacto de la gran recesión en las tasas de desempleo tomando como ejemplo la gestión de la crisis, la cual puede aumentar, disminuir o mantenerse constante, dependiendo de las características de la economía emergente y la gestión de crisis por parte del gobierno. El resultado en el uso de las ventajas competitivas en cooperación con las políticas gubernamentales permitió a Polonia reducir su desempleo en un 1,4% durante la gran recesión e impulsar la economía de mediante la creación de pequeñas y medianas empresas, mientras que en el caso Colombia sufrió un aumento en la tasa de desempleo del 12% al final de la crisis.

El autor Jhon Alexander Viloría Pérez, analiza el caso de la industria de piedras preciosas, metales preciosos, perlas y monedas: un análisis de datos e intraindustria (2000-2019), como objeto del desarrollo de la cultura y la sociedad, proporcionando estatus comercial a quienes las poseen por su alto valor comercial agregan el poder de negociación entre las economías que los producen y transforman, desencadenando un desarrollo continuo dentro y fuera del país, buscó describir la evolución de la balanza comercial, mostrando el monto total del comercio (importaciones y exportaciones), los principales socios, y la importancia de la intraindustria para la Unión Europea, tiene un valor de alta relevancia en la intraindustria, coincidiendo con el supuesto de que los países desarrollados debido a su innovación, mercado laboral e industrialización tienen una ventaja en el comercio de una industria específica importando y exportando bienes similares.

Dra. Gregoria Polo Rivas

Emprendimiento, investigaciones y métodos

*Orozco Castillo, Elvis
**Flórez Vásquez, Carlos
***Montoya Berbén, Gilberto
****Acuña Ortigoza, Marianela
*****Pimienta Gómez, Suraya
*****Jiménez Sierra, Devinso

*Docente e Investigador de la Corporación Unificada Nacional. **Email:** elvisorozco@gmail.com

Docente e Investigador de la Corporación Unificada Nacional. **Email: carlos_flórez@cun.edu.co

***Director del Programa de Negocios Internacionales – Universidad del Magdalena, Santa Marta, Colombia. **Email:** gmontoya@unimagdalena.edu.co

***Coordinadora del Doctorado en Ciencias Sociales Mención Gerencia. Universidad del Zulia.

Email: macunas7@gmail.com

****Docente Universidad de la Guajira. **Email:** surayapimienta@hotmail.com

*****Docente e Investigador. **Email:** devinso_jimenez@cun.edu.co

Resumen

Los trabajos de emprendimiento han estado asociados a lo empírico, usando para ello las estadísticas y la investigación correlacional de corte transversal. Enfocando la explicación en uno u otro aspecto del sistema de emprendimiento, sean: los factores de éxito, sean las actitudes para emprender o las percepciones de la forma de emprender. El presente artículo hace una revisión de literatura de los principales argumentos de la temática de emprendimiento, utilizando la hermenéutica como elemento metodológico. Se encontró que la temática de emprendimiento está adquiriendo una episteme que se basa gnoseológicamente en la alteridad y en enfoques sistémicos de investigación.

Para citar este capítulo: Orozco, E., Flórez, C., Montoya, G., Acuña, M., Pimienta, S. y Jiménez, D. (2022). Emprendimiento, investigaciones y métodos. En J. Vilorio Escobar (Ed.), *Reflexiones sobre el Desarrollo Empresarial y Medio Ambiente: Pensar la Sostenibilidad* (pp. 52-73). Ediciones INFOTEP HVG

Palabras clave

Emprendimiento; investigaciones; métodos; método sistémico.

Abstract

Entrepreneurship work has been associated with the empirical, using statistics and cross-sectional correlational research. Focusing the explanation on one or another aspect of the entrepreneurship system, such as: the success factors, the attitudes to undertake or the perceptions of the way of undertaking. This article makes a literature review of the main arguments of the entrepreneurship theme, using hermeneutics as a methodological element. It was found that the theme of entrepreneurship is acquiring an episteme that is gnoseologically based on otherness and on systemic research approaches.

Keyword

Entrepreneurship, research, methods, systemic method.

Introducción

Los comienzos del emprendimiento en Colombia se pueden rastrear desde 1960, cuando se crea un programa para soporte a las micro, pequeñas y medianas empresas, brindándole acceso a estas empresas al financiamiento. En 1964 se funda artesanías de Colombia, que agrupa a emprendedores entorno al eje temático de la artesanía y va estructurando y dándole forma al sistema emprendedor colombiano. En la década de los 80's, se sigue con la idea del impulso a las mipymes, generando un entorno de favorabilidad al surgimiento y desarrollo de las empresas; dando acceso a la financiación, generando sinergias entre gremios e instituciones, ayudando en las técnicas de la producción, y guiándoles a la comercialización de los productos; estableciendo con esto, elementos del ecosistema emprendedor. En la constitución colombiana en el artículo 38 se plasma la libertad de asociación y en el 333 se escribe en relación a libertad económica; dando paso a parte de las características que debe reunir un emprendedor.

La ley 344 de 1996 en su artículo 16, autoriza al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) a utilizar el 20% de los ingresos para estructurar programas que tiendan a la competitividad de las empresas y al mejoramiento productivo. Norma que apunta al apoyo de la creación de empresa o la incubación de empresas. Con esto, el SENA se convierte en parte integrante del sistema emprendedor colombiano. En la ley 590 de 2000, se promueve el impulso de las mipymes y se reduce el número de trámites, Esta ley establece las disposiciones de cada empresa del ecosistema emprendedor. La ley 789 de 2002 en su artículo 40, establece la creación del Fondo Empezar para la promoción del emprendimiento de la población estudiantil o graduada; con esto

se establecen los lineamientos de creación de empresa y los elementos del sistema emprendedor asociados al emprendimiento.

La ley 905 de 2004, modifica la ley 590 de 2000 en lo referente al desarrollo de empresa, afinando los conformación de empresa según su tamaño o número de empleados. La ley 1014 de 2006, establece el marco normativo de la cultura de emprendimiento, por medio de las asociaciones y redes que inician en el Ministerio de Comercio, industria y Turismo (MCIT), pasando por los entes territoriales y llegando a los colegios y universidades, a través de cátedras, conferencias y ferias de emprendimiento de las diferentes redes nacionales y locales. Esta ley define los elementos del ecosistema emprendedor y expresa las funciones de cada componente de dicho sistema.

La presente revisión de literatura se hace con la finalidad de establecer los métodos, instrumentos y formas de como se ha gestionado el emprendimiento; con la finalidad de establecer la episteme con la que se ha indagado en esta temática, su método, sus instrumentos y la tendencia que tiene este tipo de investigación. Todo esto para estructurar y dar forma a la línea de investigación en emprendimiento, planteando los autores que han realizado estudios con diferentes metodologías y han contribuido con el acervo del conocimiento en relación a los métodos utilizados, los elementos encontrados, los ecosistemas analizados y las relaciones entre los diferentes sistemas y subsistemas de emprendimiento.

La forma como se trabajaron los documentos revisados en esta investigación fue por medio de la hermenéutica, en una relación dialéctica entre el sujeto y el objeto de investigación, deduciendo las argumentaciones y las especificidades de cada autor, para brindar explicación en cuanto a cada categoría que se indaga en la revisión literaria. Las macroestructuras de este artículo son: resumen, introducción, metodología, los elementos teóricos del emprendimiento, la conclusión y las referencias bibliográficas.

Metodología

El enfoque de la investigación fue cualitativo, el tipo de investigación fue descriptivo, tratando de dar realce a las argumentaciones, explicaciones y aseveraciones relacionadas con el emprendimiento. Se tomaron alrededor de unos 120 documentos con temas referidos al emprendimiento, de los cuales se fue decantando hasta quedar 50. Estos documentos fueron leídos teniendo en cuenta palabras como: emprendimiento, política, red, financiación, características, gestión, formación, procesos, modelos, métodos, método sistémico, éxito y fracaso. De la primera lectura hermenéutica se tomaron en forma textual los párrafos que indicaban algo acerca del emprendimiento, luego fueron parafraseados cada uno de los párrafos, para luego darles coherencia y cohesión semántica, para que los textos tuvieran un hilo conductor

que les diera unidad.

3. Elementos teóricos del emprendimiento

3.1 Aristas del emprendimiento

Para impulsar acciones de emprendimiento requiere de investigaciones de la motivación, de la forma en que el emprendedor percibe el contexto, del estado promocional del emprendimiento y la capacidad intrínseca del emprendedor; debido a que cada ecosistema tiene sus propias características socioeconómicas. Shapero (1984) enuncia que las decisiones de emprender una empresa, está asociada con la experiencia que haya tenido la personas o con el contexto socio cultural en el que se haya desarrollado.

La influencia de la sociedad y la familia marcan la concepción que se tenga del emprender y las aspiraciones que tenga en la vida. Marulanda-Valencia y Morales-Gualdrón, (2016) identificaron elementos claves para el emprendimiento, como lo son: la astucia, el ardor interno por cumplir un sueño, la capacidad de plasmar los prototipos que se imagina, saber guiar a las personas, ser capaz de conjugar varios conocimientos para sacar uno nuevo, las capacidades para gestionar y el riesgo por lo nuevo.

Entre las dificultades que se le presentan a un emprendedor se encuentra: poca capacitación, restricciones en el financiamiento, el temor a fracasar, competencia fuerte en el mercado con productos nacionales y extranjeros, poco entendimiento para la creación de una empresa y altos impuestos (Moreno-Monsalve, Gil-Acosta y Matiz-Bulla, 2014). Alemany y col., (2013) expresa que dentro de los limitantes a la actividad emprendedora se encuentran: el temor al fracaso, pero agrega que la adversidad al riesgo y la poca creatividad, la estructura rígida de los horarios de clase, la distribución de los salones y la forma en que se distribuye el tiempo en la escuela, se constituyen en obstáculos a la actividad emprendedora. Kantis (2004) afirma que la presencia de limitaciones en los diferentes elementos que influyen en el ecosistema emprendedor hace que la metodología sea más integral y sistémica; por lo cual, se requiere de un diagnóstico que caracterice el sistema y de cuenta de las condiciones del sistema.

3.2 Elementos de Política pública de emprendimiento

Las políticas de gobierno se refieren al favorecimiento o los obstáculos del comercio, las leyes mercantiles, el acceso a licencias. Las características socioeconómicas son: la propensión del público hacia el emprendimiento, empresas y emprendedores en el ambiente emprendedor, presencia de actividades económicas de diversos sectores. Destrezas para la creación de empresa se relacionan con la información disponible y los programas de educación emprendedora. La ayuda financiera incluye tener

asistencia en créditos, sean riesgosos o de bajo costo, la propensión al acceso de créditos para los emprendimientos. La asistencia de gestión está relacionada con insertarse en una red de emprendimiento, en una incubadora de empresa, en tener acceso a asesorías contables, en asociarse con grupos de investigación que indaguen ciertas problemáticas del sector e incentivos por creación de empresa (Marulanda-Valencia y Morales-Gualdrón, 2016).

La reglamentación institucional influye positiva o negativamente en la aparición y perfeccionamiento de empresas, en un contexto socio-cultural complejo; dichas reglas están relacionadas con los costos de transacción, los derechos mercantiles, la propiedad intelectual, la constitución de la empresa (North, 2005 y Urbano, Díaz y Hernández, 2007). En esta misma línea, Marulanda-Valencia y Morales-Gualdrón (2016) aseveran que el ecosistema de instituciones es determinante para: la motivación emprendedora, para encontrar una oportunidad de creación de empresa en el entorno, para desarrollar habilidad y capacidad empresarial. Gnyawali & Fogel (1994), especificaron cinco conjuntos de características del entorno empresarial que deben estar presentes para la creación de empresa, las cuales son: políticas y procesos del estado, características socioeconómicas, destrezas para la creación de empresa, ayuda financiera y asistencia de gestión.

3.3 Red de emprendimiento

La interconexión del emprendedor con emprendedores, empresas del entorno, con miembros de la familia y conocidos, fundamentan los elementos esenciales para crear empresa; es decir, que el hogar, la formación educativa, la experiencia laboral y la forma de comunicarse, se entrelazan para hacer sinergia e influir sobre el comportamiento y la estructuración de un pensamiento motivado a emprender (Kantis, 2004). De la misma forma, Johannisson (1998) y Johannisson y Monsted, (1997) afirman que la función de las redes cada vez cobra mayor importancia dentro del emprendimiento. Kantis (2004) explica que las redes tienen un enfoque de la estructura y otro del proceso.

El estructural se refiere a los avances en las temáticas y las funciones que ha alcanzado la red y a las características que ha adquirido por el entorno que la rodea. El proceso en la red enfatiza en los protocolos de apoyo que se establecen para brindar ayuda a alguno de los miembros. Una estructura de sociedad que vive en paz y en justicia, va a generar mayor confianza para generar emprendimientos. El entramado de relaciones contenidas en una red puede comenzar a generar cambios en los entornos circundantes a cada miembro de la red. Para Carballo, Belloni, López y Fracchia (2017) las redes ayudan al emprendedor testear y mejorar su proyecto de negocio, de igual forma a captar inversión para materializar su proyecto y a validar su oportunidad de empresa. La política impulsa la actividad del emprendimiento, creando

además un círculo virtuoso, debido al aprendizaje que se da alrededor del ambiente de red, aprendiendo datos valiosos de como continuar con su proyecto de empresa (Audretsch, 2003).

3.4 El emprendimiento y la financiación

Los emprendimientos al nacer adolecen de recurso, de capital humano y de infraestructura; la financiación se origina del capital semilla de una empresa del estado o de alguna convocatoria que se hayan ganado con el proyecto, debido a que es arriesgado para los inversionistas colocar en una empresa incipiente. El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), a través del programa Fondo Emprender se presenta como una importante institución para el apalancamiento emprendedor; los empleos que genera el fondo emprender pasaron de 4 en la primera década del siglo XXI a 5.7 en el 2015. INNpulsa también se ha convertido en institución clave como fuente de financiamiento no reembolsable para emprendimiento que salen favorecidos mediante convocatoria (CPC, 2016).

A causa de los emprendimientos fallidos, INNpulsa cambia la estrategia para el 2015, brindando asesorías antes de la convocatoria, para que menor número de emprendimientos resulten fallidos; cambiando de convocatoria a ventanilla abierta, para brindar asesorías efectivas a los emprendedores para aumentar la esperanza de vida de los emprendimientos (CPC, 2016). Los ángeles inversionistas están dirigidos a etapas tempranas del emprendimiento, para apalancar su desarrollo, para fortalecer las redes empresariales. En Colombia existen unos 300 inversionistas, que apalanca emprendimientos por medio de redes de inversión.

Las redes de ángeles inversionistas que funcionan en Colombia son: Fundación Bavaria, Capitalia y la Red Nacional de Ángeles Inversionistas (RNAI), la cual se creó por la gestión de INNpulsa (Ferri y col., 2009; Bratkovic y col., 2009; Schött 2011; Bekerman y col., 2014). La poca madurez del ecosistema emprendedor colombiano obstaculiza la inversión de los recursos en nuevos emprendimientos, en el 2015 solo el 2% accedió a la financiación de apoyo al emprendimiento. En parte los recursos de apoyo son escasos; pero también, se presenta baja calidad de los emprendimientos.

La motivación de los emprendedores ha llevado a aumentar la cantidad de emprendimientos por oportunidad, dejando atrás los emprendimientos por necesidad; lo cual se hace importante debido a que estos emprendimientos tienen mayor esperanza de vida y de éxito empresarial (CPC, 2016). Cites-Cippecc (2016) argumenta que el ambiente suramericano es de poca inversión en emprendimientos con innovación; por lo cual, el estado juega un papel fundamental para brindar a los emprendedores la facilidad al financiamiento.

3.5 Características del emprendedor

Herrera y Montoya (2013) afirman que el emprendedor tiene creatividad, no se deja vencer fácilmente, genera innovación, es dinámico, flexible y amante al riesgo. Para Marulanda-Valencia y Morales-Gualdrón (2016), Castillo (1999) y Herrera y Montoya (2013) expresan que la aptitud de emprender y lograr tener éxito es una conducta algo que se puede aprender y no necesariamente es una capacidad que se trae desde el nacimiento. Gartner (1988) y Álvarez y Barney (2007) argumentan que un emprendedor descubre y le saca provecho a cualquier oportunidad que encuentre y sea rentable.

Salazar, Andrés y González (2011) y Gertner (2013) expresan que la inclinación de una persona a iniciar una empresa depende de características intrínsecas de la persona, relacionadas con: la experiencia, haber tenido contacto o haber trabajado con un empresario exitoso; tener cierta habilidad; haber crecido en un ambiente determinado. En este sentido, Marulanda-Valencia y Morales-Gualdrón (2016) destaca que la motivación intrínseca del emprendedor tiene mayor peso en el proceso de emprender, siendo la de mayor relevancia la aspiración de ser independiente.

Es por esto que Viña-Vizcaíno y Rodríguez-Lozano (2014) aseguran que el emprendedor en el desarrollo de ideas puede imaginar cosas ingeniosas que no se le hubieran ocurrido a ninguno en su ambiente emprendedor o a ninguno de su grupo de interés. Debido a lo anterior, los países están priorizando en las actividades de emprendimiento, entendiendo que es un factor clave para jalonar el desarrollo económico de una comunidad o un entorno social. La sensibilización hacia emprendimiento conjugado con ideas de innovación imagina escenarios, plantea prototipos, establece procesos, metodologías y prácticas, que guían a una comunidad por el sendero de la competitividad y el mercado (Lagunes-Toledo, Herrera-Avilés y González-Tamayo, 2014).

3.6 Gestión del emprendimiento

En el proceso de gestión de emprendimiento, Krauss-Delorme, Bonomo-Odizzio y Arroyo-Napol (2014) muestran que los índices de competitividad e innovación emprendedora están relacionados con: la decisión de emprender, asumir riesgos, con las expectativas del negocio, el empoderamiento emprendedor, en el que hacer o el ir más allá, en la capacidad de imaginar cosas nuevas o pensarlas diferente, en el indagar nuevas formas de productos y de mercados, en la forma adoptar ideas o buenas prácticas del entorno y la facilidad de adaptación al mercado y al ecosistema emprendedor. En el 2015 Colombia se posicionó en el sexto lugar en el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico en cuanto a la financiación de emprendimientos (Kantis y col., 2014 y Consejo privado de competitividad (CPC), 2016).

En este sentido, Mendoza-Farro (2014) también exponen los indicadores que utilizan para la evaluación de desempeño y para medir el avance en la administración; algunos de los indicadores usados son: 1. Estudiantes con idea de negocio en relación a estudiantes en la clase de emprendimiento; 2. Personas atendidas en relación a personas que demandan el servicio; 3. Número de planes terminados en relación a los planes aprobados; 4. Número de planes aprobados en relación a los puestos en marcha; 5. Costo en relación al número de empleos creados; 6. ingreso en relación a los costos; 7. costos de incubación en relación a empresas creadas; 8. número de ideas emprendedoras en relación al número de empresas incubadas; 9. Productos generados en relación a las empresas residentes; 10. Tiempo en la incubadora; 11. Empresas que mueren en la incubación con relación a las empresas que entran a incubarse; 12. Tasa de crecimiento en las ventas.

3.7 Formación en emprendimiento

La teoría del desarrollo humano afirma que el entorno, sea de la familia o sea la sociedad, tiene influencia en el desarrollo personal y profesional de la persona. Haase y Lautenschlager (2011) menciona que la teoría de comportamiento planeado también da indicaciones de la inclinación de la educación de la persona, expresando que las expectativas de las personas lo llevan a tener cierta inclinación de su formación profesional, pero esto puede cambiar en la medida que es influenciado por lo que la educación le permite experimentar. Segal, Borgia y Schoenfeld (2002) expresan que estas teorías han moldeado y dado forma a la forma en cómo se enseña el emprendimiento.

Por lo anterior, San Martín-Reyna (2014) afirma que el acervo de conocimientos adquiridos en el proceso educativo es una masa crítica para el incremento del deseo de emprender. Segovia-Philip y González-Tamayo (2014) argumenta que la formación en emprendimiento se da en un contexto donde ha comenzado un proceso de cultura emprendedora que ha permeado diferentes instancias y el estudiante puede encontrar ideas e inspiración en cualquier lugar del campus educativo. En la enseñanza del emprendimiento se debe convertir el fracaso en parte del proceso y no verlo como algo determinante; sino, que el emprendedor puede seguir intentándolo. Se debe desestigmatizar el fracaso, para darle otra oportunidad al emprendedor. En Israel si el emprendimiento falla, se estimula una actitud de volverlo a intentar. (Cites-Cippecc, 2016)

Según San Martín-Reyna (2014), la enseñanza del emprendimiento ha estado enfocada a tres direcciones. Veciana (1999) propone dos, la administración y la creación de empresas. Solomon, Duffy y Tarabishy (2002) afirman que en la administración de empresa, por lo general Mipymes, el énfasis se hace en la gestión. Mientras

que en la creación de empresas, Neck y Greene, (2011) el énfasis se ha puesto en que el emprendedor adquiera habilidad, competencias y experticia en empresas de la realidad. El tercer tipo de enfoque de la enseñanza del emprendimiento es lo tecnológico, Ohland y col. (2004) en lo cual se procura por inducir a los estudiantes de emprendimiento en el desarrollo de prototipos con componente tecnológico, partiendo desde la ingeniería a la inversa, la vigilancia tecnológica o la transferencia tecnológica.

Viña-Vizcaíno y Rodríguez-Lozano (2014) proponen 7 áreas de injerencia en los emprendimientos para aprender en la práctica: 1. Análisis del comportamiento psicosocial de los emprendedores; 2. Investigar la forma de inserción en el mercado; 3. Revisar el proceso productivo; 4. Realizar un análisis financiero de la empresa; 5. Revisar el estado de los componentes de gestión; 6. Establecer patentes o secreto industrial de la propiedad intelectual; 7. Establecer la estructura de la corporación. Para Marulanda-Valencia y Morales-Gualdrón (2016) la sensibilización hacia el emprendimiento es efectiva cuando la formación de los emprendedores va mejorando, cuando hay más candidatos a emprendedores, cuando se establece sinergia o red entre entidades que apoyan o fortalecen el emprendimiento

El aprendizaje en emprendimiento depende de múltiples factores algunos intrínsecos, otros familiares y otros del entorno circundante. Haase y Lautenschlager (2011) basado en los postulados de Smith relacionados con el capital humano, explica que el educarse está en función de lo que la persona haya aprendido, o en lo que la persona haya sido influenciada. San Martín-Reyna (2014) expresa que la teoría social cognitiva y la teoría del desarrollo humano también dan indicaciones de la inclinación profesional o las aspiraciones tienen en cuanto a lo que se va a desempeñar en su vida. La teoría social cognitiva afirma que una persona escoge educarse en emprendimiento o en una disciplina por las motivaciones, por el concepto que tiene de sí mismo, por el talento que posea, por la habilidad y por las expectativas de como resulten las cosas.

Un factor clave de éxito en la formación emprendedora, es contar con profesores de calidad. El cúmulo de conocimiento adquirido por ellos sumado a su compromiso, lo llevan a realizar procesos transformadores en sus estudiantes. Mantener este tipo de docentes para impartir las cátedras de emprendimiento, serán un garante de la estimulación de los nuevos emprendedores. Los programas universitarios deben contemplar contenido emprendedor en forma transversal a lo largo de la malla académica; el éxito se da a través de una adecuada planificación del currículo y de las actividades, motivando a los estudiantes al presentar los contenidos (Alemany y col., 2013).

En la enseñanza del emprendimiento, el emprendedor es el protagonista, el docente solo direcciona el camino en cuanto a cada aspecto que necesite atención, acompañándolo, apoyándolo y evaluándolo cuando se requiera; de tal manera, que

el estudiante se vuelva más autónomo en el aprendizaje; es decir que sea auto didacta, que aprenda a aprender. Esta metodología crea esquemas mentales que lo estructuran cognitivamente para tomar la información conocerla, comprenderla, analizarla, sintetizarla, evaluarla y aplicarla en la forma conveniente (Alemany y col., 2013).

Dentro de lo que se busca al capacitar al estudiante como futuro emprendedor es potenciar habilidades de liderazgo, debido a que su perfil ahora lo llevará a interactuar grupalmente con socios, proveedores y clientes. El emprendedor debe empoderarse con características comunicativas y de negociación, para la interacción con sus grupos de interés. El emprendedor debe tener idoneidad para organizar las actividades entre el grupo de trabajo manteniendo el ambiente laboral. El emprendedor también debe manejar los problemas de forma adecuada, para disminuir el grado de tensión en el grupo (Alemany y col., 2013).

Las competencias deben congregarse tres particularidades:

1. Que el resultado sea valorado por el emprendedor y la comunidad; 2. Que sean capaces de captar las oportunidades del entorno; 3. Que el proyecto sea importante para los analistas y el entorno circundante. Por otra parte, también se han estructurado categorías competitivas: 1. Manejo de herramientas, las competencias del emprendedor le permiten conocer los lenguajes, la simbología, la información, los conocimientos previos de la temática y los conocimientos necesarios para el medio. (Alemany y col., 2013).

2. Interacción con equipos de trabajo, las competencias les ayudará interactuar con otros emprendedores, asesores y ángeles inversionistas; para la ayuda, la cooperación mutua, el trabajo en equipo, la gestión de proyectos y la solución de problemas.

3. Autonomía. Las competencias deben ayudar al emprendedor a actuar independientemente del grupo de asesores. El emprendedor debe analizar el ecosistema emprendedor para tomar sus decisiones en cuanto a sus proyectos de vida, a sus anhelos, a sus limitantes, en cuanto a sus inclinaciones empresariales y en relación a la forma de gestionar la empresa (Alemany y col., 2013).

3.8. Procesos de emprendimiento

Dentro de los procesos de emprendimiento se encuentran la pre-incubación, la incubación, la graduación y la aceleración de empresas; estos procesos van fortaleciendo a la empresa para que tenga éxito en el mercado. Pre-incubación: se refiere a las acciones realizadas para la sensibilización en emprendimiento y la preparación de emprendimientos a corto plazo. Las acciones en esta etapa van encaminada a los planes de negocios, a los estudios de factibilidad y se hace una transición hacia la

incubadora. Incubadora: es el proceso en el que se consolida la empresa, dándole al emprendedor las herramientas gerenciales necesarias para que reúnan condiciones adecuadas para organizar lo que se va a ofrecer al mercado y se logre desarrollar la empresa incubada. Ecosistema Emprendedor es el conjunto de personas empresas e instituciones que interactúan y soportan la actividad emprendedora.

La graduación es la ubicación fuera de la incubadora, para competir en el mercado para el cual se preparó (Bizzotto, 2003 y Mendoza-Farro, 2014). Acs y Muller (2008) afirman que la aceleradora de empresa se aplica a empresas que crecen más que sus competidoras. Leiva y Alegre, (2012) y Torres-Kauffman, Huesca-Ramírez y Calderón-Leyva (2014) expresan que el tema de las aceleradoras de empresas ha cobrado un gran interés mundial, abriéndose un debate en cuatro sentidos: 1. Las utilidades que obtienen; 2. La caracterización y los diferenciadores de dichas empresas (Barringer et al., 2005; Moreno y Casilla, 2007); 3. Tiene que ver con la forma en que las empresas pueden adoptar esta forma empresarial y la 4. Tiene que ver con la relación entre lo competitivo y rentable.

Trazabilidad del proyecto emprendedor. Se debe hacer seguimiento a los avances en cada etapa del emprendimiento:

1. La idea, no se deben desechar las ideas, se le debe buscar el valor de cada una de ellas, la razón del surgimiento de la idea y analizar la probabilidad de la misma.
2. Entendimiento de conceptos y propósitos. Se deben clarificar los propósitos, entendiendo a donde se quiere llegar o lo que se quiere lograr. Se deben identificar oportunidades para que se establezcan propósitos que permitan vislumbrar el resultado del proyecto emprendedor.
3. Identificación de recursos. Partiendo de los objetivos y propósitos se establecen los elementos necesarios para lograrlo y el costo que se generaría en los mismos (Alemany y otros, 2013).
4. Terminación del plan de negocio. Se hace una valoración de lo que se necesitó para terminar el proyecto; las costas las emociones, los limitantes, los obstáculos, las motivaciones y establecer una ruta del emprendimiento hasta su salida al mercado.
5. Pinceladas de maquillaje. Se deben buscar las formas de mejorar el proyecto emprendedor, evaluar ciertos aspectos y ajustarlos (Alemany y otros, 2013).
6. Punto de inflexión. Se debe participar en convocatorias de fomento emprendedor para la adecuación del mobiliario y la infraestructura. Deben tenerse claro los clientes, los costos, los precios, los canales de distribución.
7. El mercado. Una vez estructurada la empresa en cuanto a la gestión y producción, se debe poner en marcha el proceso productivo, de servicio al cliente

y de venta.

3.9. Modelos de emprendimiento

Un modelo de emprendimiento es un paradigma con base en el cual se realiza la atención de los nuevos emprendimientos; los cuales han cambiado conforme al paso del tiempo. Pérez y Márquez (2006) muestra que el modelo de incubación ha trasegado por varias etapas en su crecimiento, las cuales son necesarias conocerlas para ubicar a las incubadoras que se estén analizando, estas etapas son: 1. La incubadora proporcionaba albergue y servicios complementarios a las empresas; 2. Se da la diferenciación de los servicios que se prestan a las empresas huésped, relacionados con la tecnología y la financiación; 3. Enfatizar factores de innovación de los cuales puede ser objeto la empresa.

En la Universidad de las Américas Puebla (UDLAP) se presenta el emprendimiento como eje transversal de los programas académico. El modelo de emprendimiento INNOVA UDLAP enfatiza la creación de empresas que generen valor; es decir, que el conocimiento se valore, generando mayor utilidad en lo que se produzca. Destacándose la creación del valor por encima de la novedoso. El modelo INNOVA UDLAP se relaciona en alrededor de cuatro estrategias: 1. Apoyar las ideas con componente innovador dentro de la UDLAP; 2. Incentivar la innovación como núcleo de las asignaturas del pregrado; 3. Retroalimentar la actividad emprendedora por medio de la creación del conocimiento; 4. Estrechar la relación comunidad-UDLAP, haciendo actividades emprendedoras dentro de las comunidades (San Martín-Reyna, 2014).

El modelo creatividad e innovación de la Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud, se basa en el pensamiento creativo e innovador que tiene las personas, para transformar ambientes y solucionar problemas. En el modelo se hacen importante debido a: 1. la observación, para entender las dificultades y comprender la manera de dar forma al contexto circundante, como individuo que pertenece al mismo. 2. Se tiene en cuenta los fundacionistas y referentes de la teoría del emprendimiento, para comprender el sendero que ha seguido esta temática en relación con la innovación, la creatividad. 3. Se tiene en cuenta a la teoría para entender el proceso desde el surgimiento de la idea, hasta la ubicación de los productos en el mercado y su impacto que generan en la comunidad. 4. Se genera conocimiento científico en temas de emprendimiento, creatividad e innovación (San Martín-Reyna, 2014).

En el modelo de gestión de emprendimiento de la Universidad Autónoma de Nuevo León se involucra al personal para que se convierta en masa crítica de formación de proyectos de investigativos y desarrollo emprendedor. Las asignaturas de emprendimiento son de perfil obligatorio, las cuales cuentan con un andamiaje

de apoyo en el campus para el desarrollo de la cultura emprendedora y la búsqueda del nuevo conocimiento emprendedor, por medio de la actividad investigativa; esta actividad se realiza en el parque tecnológico que posee la universidad (San Martín-Reyna, 2014).

La Universidad EAN cuenta con el Instituto de Emprendimiento, Liderazgo e Innovación (IDELI) y ha estructurado un modelo emprendedor llamado: EANTEC; en la cual, la actividad emprendedora se inserta en las asignaturas transversales de los programas académicos. La estrategia se basa en que los estudiantes proyecten su vida como emprendedores, que tengan la habilidad de abstraer oportunidades empresariales del entorno y que reúnan las competencias de poner en marcha una empresa basados en herramientas de gerencia adquiridas. La universidad continental, en su modelo de emprendimiento está contemplada la capacitación en emprendimiento dentro de sus programas académicos. Además de esto, cuenta con un centro de desarrollo empresarial para despertar iniciativas emprendedoras en los estudiantes, por medio de actividades de emprendimiento. El centro debe velar por fomentar la cultura de emprendimiento, por formar en competencias de emprendimiento por incubar empresas y por realizar investigaciones en pro del nuevo conocimiento en emprendimiento (San Martín-Reyna, 2014 y Moreno-Monsalve, Gil-Acosta y Matiz-Bulla, 2014)

Desde el Centro de emprendimiento Crear y Creer, se estructuró un modelo de emprendimiento con base en la actitud creativa de los emprendedores, para generar cambio en el entorno circundante y solucionando problemas. Por lo anterior, se requiere en los emprendedores: la observación detallada del entorno, para captar oportunidades y entender problemas del entorno, la capacidad de analizar las teorías de emprendimiento desde los autores o desde los antecedentes; el sentirse parte de un entorno en el cual pueda influenciar; que imagine, para que sea creativo e innovador, para que dé continuidad al emprendimiento; que sea capaz de conjugar la creatividad con la innovación, para colocar los productos en el mercado (Rodríguez-Gaitán, 2014).

3.10. Métodos investigativos de emprendimiento

Caliendo y Kritikos (2007) y Pretheeba (2014) emplean la econometría para calcular la motivación a emprender por medio de las particularidades individuales como las destrezas, la formación y la inclinación a emprender. La mesurabilidad del emprendimiento desde lo empírico-inductivo por medio de particularidades individuales de los emprendedores, se hace interesante por las predicciones que hace; pero, no se establecen formas de seguimiento de la política pública de emprendimiento, pues, solo se hace un análisis desde el ceteris paribus, dejando todas las demás variables quietas, a modo de un análisis de una foto, un análisis estático (Carballo, Belloni,

López y Fracchia, 2017).

O'Connor (2013) argumenta que el avance del emprendimiento requiere de metodologías que capturen los atributos socioeconómicos de la motivación emprendedora. También hace énfasis en el rigor que deben tener los docentes del área de emprendimiento al presentar la asignatura a sus estudiantes, en la cual debe explicar métodos de investigación que conserven el saber del emprendimiento como válido.

En la misma línea, Viña-Vizcaíno y Rodríguez-Lozano (2014) muestran en su publicación un trabajo realizado con episteme introspectivo vivencial, donde se utilizó la experiencia, las entrevistas a profundidad, el focus group y los cuestionarios. Matlay y Westhead (2007) observan el emprendimiento como un fenómeno, que se encuentra inserto en un ambiente que conjuga varios elementos que se conectan entre sí; presentándose como sistémico, con dinámica interna, con características de complejidad. Por lo cual, Fayolle, Gailly y Lassas-Clerc (2006) expresan que los elementos del sistema deben adecuarse al contexto y cada criterio de evaluación o de medición debe estar relacionado con los efectos en el tiempo. Para Herrera y Montoya (2013) el emprendedor y su empresa están inmersos en un ambiente formado por muchos elementos que crean un sistema; por lo tanto, las investigaciones deben verse desde lo sistémico y no desde lo empírico-inductivo.

San Martín-Reyna (2014) señalan que las investigaciones que se han realizado sobre emprendimiento se presentan científicas y metodológicamente en forma incipiente; sin incluir el componente del sistema complejo de la temática, llevando a limitantes en los protocolos e instrumentos utilizados por el investigador, debido al enfoque descriptivo. No se está estableciendo consenso en la aplicación de instrumentos, dando resultados disímiles que impiden las comparaciones de los mismos. Sin embargo Herrera y Montoya (2013) dicen que comienza a nacer una preocupación por investigaciones en emprendimiento desde lo holístico, lo sistémico y lo complejo.

En relación con esto, Gardner (1988) asevera que es necesario dejar de lado las investigaciones en cuanto a las características del emprendedor y en rutar las investigaciones hacia los elementos que se conjugan para que una organización cobre vida. Kantis, Angelelli y Llisterri (2004) expresan que las investigaciones en emprendimiento deben dirigirse a estudios integrales y sistémicos, evaluando la función de los elementos del ecosistema emprendedor, que dificultan o facilitan la creación de nuevas empresas. Una metodología de investigación integral debe estructurarse con la interconexión entre los diferentes elementos que componen el sistema. La metodología debe articular políticas, instituciones, universidades y entes gubernamentales de cada municipio, departamento o estado.

3.11. Método sistémico

Algunas investigaciones de emprendimiento estudian el tema desde sus saberes o disciplinas; unos se acercan desde lo funcional focalizando en el que hacer del emprendedor. Las ciencias humanas han focalizado sus análisis en las características de la persona. Por otro lado, las ciencias de gestión han hecho énfasis en el proceso, explicando la forma en que se realizan los emprendimientos, pasando a ser calificado como un fenómeno complejo (Shapero, 1984; Gibb y Ritchie, 1982; Buame, 1992; Kantis, 2004). El enfoque sistémico requiere contar con una caracterización del sistema que dé cuenta del estado en que se encuentra cada elemento del sistema emprendedor. Según Ackoff (1961) si es un sistema debe contener entradas que alimentan el sistema y también se establece un producto resultante del sistema.

Para Ashby (1956) los sistemas se tornan demasiado complejos que dan la apariencia de una caja negra, en el sentido que el producto resultante es evidente; pero hay desconocimiento del proceso. En esta línea, la estrategia de integración debe ser capaz de correlacionar los elementos del sistema. Esta integración se logra por la firma de acuerdos de voluntad entre las partes involucradas en el ecosistema emprendedor de que cada uno va a hacer su parte, cada uno va a agregar valor, brindar vivencias, compartir talentos desde el lugar que le corresponde dentro del sistema, todo con el fin de lograr una visión compartida que perdure en el tiempo. Los acuerdos de voluntades son fundamentales porque construyen el andamiaje sobre el cual se soporta el ecosistema emprendedor (Kantis, 2004).

Los acuerdos de voluntades demandan la participación de todos los implicados en el sistema, sean personas, entidades o el gobierno, con espíritu participativo y colaborativo, para asociarse y generar correlaciones entre los distintos elementos, para compartir la agenda y los propósitos de la red que se está gestando. La metodología sistémica individualiza y tipifica los elementos del sistema que influyen en el proceso emprendedor, sea: la idea del negocio, la elaboración del plan de negocio, o el perfeccionamiento de la empresa. El emprendedor busca y administrar recursos; más adelante, el emprendedor enfrentará retos de la gestión de la empresa al ingresar al mercado. (Kantis, 2004).

En la investigación sistémica el proceso de emprendimiento se ha dividido en tres partes: la concepción del proyecto emprendedor, creación de la empresa y el desenvolvimiento inicial de la empresa. La salida del sistema lo constituyen las empresas nuevas. En la primera parte está contenida la sensibilización, la educación en competencias para emprender y la elaboración del plan de negocio. En la segunda parte se comienzan a realizar acciones en el emprendimiento, a buscar financiación y a estructurar la gestión. En la tercera parte, el negocio entra al mercado y se enfrenta a la competencia. Para cada etapa del proyecto se deben especificar preguntas de

cómo los diferentes elementos inciden en esta fase. A este conjunto de elementos que influyen en el emprendimiento sea facilitando o limitando el proceso emprendedor se les denomina sistema de desarrollo emprendedor (Kantis, 2004).

Kantis (2004) propone que los elementos del ecosistema emprendedor puedan agruparse en varias categorías, para entender la complejidad del emprendimiento, las cuales son: 1. Características socioeconómicas, que relaciona la condición de las familias de donde salen los emprendedores; como la formación, los ingresos que perciben, la interacción entre los miembros de la familia, la comunicación y la capacidad de aprender en el hogar. 2. El contexto macroeconómico, en el que se relacionan las fluctuaciones entre la oferta y la demanda de los bienes sustitutos y complementarios del sector en el que se identificó la oportunidad. Siendo los índices de crecimiento se relacionan positivamente con la decisión de iniciar un emprendimiento. 3. Cultura y formación. Dependiendo del valor que la sociedad de al emprendimiento, así será la tendencia de las personas a emprender o no (Wennekers y Thurik, 2001; McGrath y otros, 1992).

4. La estructura y el dinamismo productivo. Las competencias para emprender, el tipo de redes que se formen y la inclinación a emprender, están en función de las características del entorno productivo. 5. Particularidades de las personas. Es el talante o capacidad que ha reunido una persona en torno al emprendimiento; que lo llevan a ser amante al riesgo, a trabajar duro, a gestionar recursos y solución de problemas. La mayoría de investigaciones de corte cartesiano se enfocan en esta temática. 6. Red del emprendedor. Esta puede darle apoyo al emprendedor, impulsarlo y catapultarlo hacia mejores oportunidades. 7. Mercado de factores. La facilidad o dificultad de encontrar la maquinaria para estructurar el andamiaje productivo y encontrar el personal idóneo para la empresa; son necesarios para comprender el nivel de financiamiento que se requiere en la empresa para la apertura y puesta en marcha de la empresa. 8. Regulaciones y normas. Está constituido por las políticas públicas que dan forma a los tramites, a la manera de crear empresa y a la liquidación de la misma.

3.12. Factores de éxito o fracaso empresarial

Rees y Shah (1986) y Evans y Jovanovic (1989) identificaron variables que manifiestan la inclinación de los individuos hacia el emprendimiento. 1. Las variables que se relacionan con la formación son: el nivel educativo y la experiencia profesional; las cuales tienen una relación positiva con el salario. 2. Variables demográficas el número de años, estado civil; las cuales influyen en la inclinación a arriesgarse. En concordancia con lo anterior, Lussier y Halabi (2010) plantean conjuntos de variables para predecir el éxito o fracaso de los emprendimientos.

El primer conjunto, son las características del emprendedor: los años que posee, característica de los papás, la formación recibida, el contexto sociocultural en que se desarrolló, las vivencias en relación al emprendimiento y las destrezas para la comercialización. En el segundo conjunto, se relacionan particularidades de la empresa, como: el capital, la forma de manejar los datos financieros, el talento humano, el periodo de vida del bien, la gestión, las asesorías y los accionistas. En el tercer conjunto se ubica el ecosistema emprendedor.

Arias, Jung y Peña, (2006) y Orozco, Bateman & Torres (2015) muestran que el fracaso empresarial está relacionado con: 1. Lo nuevo, se es neófito en casi todas las cosas; 2. El tamaño; estos emprendimientos cuentan con poca liquidez, poco talento humano idóneo y apoyo de los proveedores (Bradley y Rubach, 1999); 3. La poca experiencia empresarial. En este sentido, Jaramillo (2007) asevera que las causas que llevan a el fracaso son: poca formación en gerencia y emprendimiento; no diferenciar el producto, no entender el rol como emprendedor, no comprender la competitividad del mercado, poseer poco nivel de negociación, operar en la informalidad, ser sensible a la competencia, no contar con una adecuada planeación estratégica, pensar que la competencia no podrá derrotarlo, contar con poco soporte financiero y poco apoyo de las entidades públicas.

Velázquez (2008) también explica el nivel de quiebra en los emprendimientos, argumentando: 1. Se debe a elementos externos a la empresa, pero inmersos dentro del ecosistema emprendedor, como: poco acceso a créditos, altos impuestos y débil andamiaje del sistema emprendedor. 2. La quiebra también se presenta debido a que los emprendedores adolecen de competencias empresariales y de gestión, tales como: conocimiento en producción, mercadeo y ventas; existe desconocimiento de la gestión empresarial. Estas condiciones incipientes de gestión no permiten que los problemas reciban una solución adecuada (Orozco, Bateman & Torres, 2015).

Planear la comunicación es un aspecto importante que encausa la empresa hacia el éxito empresarial. Con la estrategia de comunicación, la empresa se da a conocer en lo interno, porque les expresa a los empleados la ruta trazada por las directivas. En lo externo le expresa a la comunidad el tipo de producto que están realizando y las bondades de acceder a él. Comenzando a posicionarse en la mente de los clientes por medio de la publicidad y al mismo tiempo generando sentido de pertenencia en los empleados, al tener un claro entendimiento del bien que producen (Alemany y col., 2013). Nagore, Les López y Erro (2006) explican que el fracaso se da por internarse en un emprendimiento por necesidad, sin contar con los conocimientos adecuados para llevar el negocio al éxito empresarial. Por el contrario, Bates (2005) explica que el cierre de la empresa no siempre obedece a fracasos empresariales, sino que puede tratarse de costos de oportunidad.

Conclusiones

El emprendimiento se ha realizado en la mayoría de las investigaciones desde una episteme positivista, desde el paradigma inductivo y usando metodologías basadas en la estadística y matemáticas. El curso de las investigaciones en emprendimiento está comenzando a tomar otro rumbo, enfocándose en el emprendimiento como un sistema con multitudes de elementos y subsistemas que guardan relación entre sí. Por lo cual, se deben comenzar a realizar investigaciones desde lo sistémico, para conocer los ecosistemas como un todo y no simplemente conocer alguna particularidad del ecosistema y el objetivo final del sistema de emprendimiento estudiado.

Referencias

- ACS, Zoltan y MUELLER, Pamela. 2008. "Employment effects of business dynamics: Mice, Gazelles and Elephants", *Small Business Economics*, 30:85–100
- ALEMANY, L., Marina, J., PÉREZ J., PELLICER, C., ÁLVAREZ, B. y TORREJÓN, J. 2013. "Aprender a emprender cómo educar el talento emprendedor". Fundación Príncipe de Girona. Edición Centro Editor PDA S.L. Grupo Planeta.
- ASHBY. 1956. "An Introduction to Cybernetics", Chapman & Hall
- AUDRETSCH, D. B. 2003. "Entrepreneurship policy and the strategic management of places". En D.M. HARDT, ed., *The emergence of entrepreneurship policy: Governance, start-ups, and growth in the US knowledge economy*. Cambridge UK: Cambridge University Press, pp. 20-38.
- BATES, Timothy. 2005. "Analysis of young, small firms that have closed: delineating successful from unsuccessful closures". *Journal of Business Venturing*. Volume 20, Issue 3, Pages 343-358
- BEKERMAN, M., WIÑAZKY, M., y MONCAUT, N. 2014. "La inserción internacional de las empresas PyMEs y los consorcios de exportación en la Argentina. Fortalezas y asignaturas pendientes". *Revista Perspectivas de Políticas Públicas*, No. 7:43-75.
- BENAVIDES, L. 2011. "Gestión, liderazgo y valores en la administración de la unidad educativa "San Juan de Bucay" del cantón general Antonio Elizalde (Bucay). Durante periodo 2010 -2011". Universidad técnica particular de la Loja. La Universidad Católica de Loja. Escuela de ciencias de la educación, modalidad abierta y a distancia. Centro universitario Guayaquil.
- BIZZOTTO, CEN. 2003. "The Incubation Process". Brazil, Santa Catarina: Gene Institute, Idisc. Página 43-45.
- BRATKOVIC, T., ANTONCIC, B., y RUZZIER, M. 2009. "Strategic utilization of entrepreneur's resource-based social capital and small firm growth". *Journal of Management y Organization*, 15(4), 486-499.
- CARBALLO, I., BELLONI, C., LÓPEZ, M y FRACCHIA, E. 2017. "Emprendedorismo y políticas públicas. Una introducción a la literature". *Revista Perspectivas de Políticas Públicas* Vol. 7 N°

13 (julio-diciembre 2017)

- Cites-Cippecc. 2016. "Desarrollo Federal De Un Ecosistema Productivo De Alta Tecnología". Reporte Del Seminario Realizado En Noviembre De 2015.
- Congreso De La Republica. 1996. La Ley 344 De 1996. República De Colombia.
- Congreso De La Republica. 2000. Ley 590 De 2000. República De Colombia.
- Congreso De La Republica. 2002. Ley 789 De 2002. República De Colombia.
- Congreso De La Republica. 2004. Ley 905 De 2004. República De Colombia.
- Congreso De La Republica. 2006. Ley 1014 De 2006. República De Colombia.
- Consejo Privado De Competitividad (Cpc). 2016. "Informe Nacional De competitividad 2016-2017". Zetta Comunicadores.
- Ferri, p. J., deakins, d., y whittam, g. 2009. "the measurement of social capital in the entrepreneurial context". Journal of enterprising communities: people and places in the global economy, 3 (2):138-151.
- Haase, h., lautenschlager, a. 2011. "the teachability dilemma of entrepreneurship". International entrepreneurship management journal, 7, 145-162.
- Instituto nacional de tecnología industrial (inti). 2010. "emprendimientos productivos: herramientas para la gestión de emprendimientos". Ediciones del inti. 1a ed. - buenos aires
- Johannisson, b. 1998. "personal networks in emerging knowledge-based firms: spatial and functional patterns", entrepreneurship & regional development, vol. 10, n° 4: 297-312.
- Johannisson, b. Y mönsted, m. 1997. "contextualizing entrepreneurial networking. The case of scandinavia", international studies of management and organization, vol. 27, n° 3, otoño 1997: 109-136.
- Kantis, h. 2004. "principales lecciones para américa latina". En: kantis, h., angelelli p. Y moori-koenig, v. (editores). 2004. "desarrollo emprendedor américa latina y la experiencia internacional". Banco interamericano de desarrollo fundes internacional. P. 265-274.
- Kantis, h., federico, j. & ibarra, s. 2014. "Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. Una herramienta para la acción en américa latina". Prodem. Bid. 1era edición. Asociación civil red pymes mercosur.
- Kantis, h., y federico, j. 2004. "iniciativas de fomento de la empresarialidad en estados unidos". Capítulo 9. En: kantis, h., angelelli p. Y moori-koenig, v. (editores). 2004. "desarrollo emprendedor américa latina y la experiencia internacional". Banco interamericano de desarrollo fundes internacional. P. 151-157
- Krauss-delorme, c., bonomo-odizzio, a. Y arroyo-napol, m. 2014. "fomento y desarrollo del emprendedurismo e innovación: el caso de universidad católica del uruguay". Capítulo 4. En: lagunes, l., solano, f., herrera, m., san martín, j. Y gonzález, l. (coord.). 2014. "innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano". Guía de mejores prácticas para el

- impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Consejo latinoamericano de escuelas de administración – cladea. P. 123-135
- Lagunes-toledo, I., herrera-avilés, M. Y gonzález-tamayo, I. 2014. Tecnológico de monterrey, puebla. “modelo integral para el desarrollo de la actividad emprendedora”. Capítulo 4. En: lagunes, I., solano, f., herrera, m., san martín, j. Y gonzález, I. (coord.). 2014. Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Consejo latinoamericano de escuelas de administración – cladea. P. 91-102
- Leiva. J.c. y alegre, j. 2012. “empresas gacelas: definición y caracterización”. Academia. Revista latinoamericana de administración, núm. 50, 2012, pp. 31-43.
- Marulanda, f. Y morales, s. 2016. “entorno y motivaciones para emprender”. Revista escuela administración de negocios. N81. Pp. 12-28. Doi: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Marulanda-valencia, f. Y morales-gualdrón, s. 2016. “entorno y motivaciones para emprender”. Revista: escuela de administración y negocios. No. 81. Doi: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Mendoza-farro, t. 2014. “monitoreo de la formación emprendedora en la universidad continental”. Capítulo 4. En: lagunes, I., solano, f., herrera, m., san martín, j. Y gonzález, I. (coord.). 2014. Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Consejo latinoamericano de escuelas de administración – cladea. P. 136-153
- Moreno-monsalve, n., gil-acosta, e. Y matiz-bulla, f. 2014. “incidencia del modelo eantec® en la formación de emprendedores en colombia”. Capítulo 4. En: lagunes, I., solano, f., herrera, m., san martín, j. Y gonzález, I. (coord.). 2014. Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Consejo latinoamericano de escuelas de administración – cladea. P. 163-176
- Nagore, t., les, m. & erro, a. 2006. “la creación de empresas en navarra. Situación actual y propuesta para su desarrollo”. Cámara navarra de comercio e industria. Sexto congreso de economía de navarra.
- Neck, h., greene, p. 2011. “entrepreneurship education: known worlds and new frontiers”. Journal of small business management, 49(1), 55-70.
- North, d. 2005. “understanding the process of economic change”. Princeton. University press.
- Ohland, m. W., frillman, s. A., zhang, g., brawner, c. E., miller, t. K. 2004. “the effect of an entrepreneurship program on pga and retention”. Journal of engineering education, 93(4), 293-301.
- Orozco, e., bateman, c. & torres, m. 2015. “el estado y condiciones para el emprendimiento en las pequeñas y medianas empresas de santa marta, colombia”. Verbum, 10(10), 13-23.

- Provincia de buenos aires. 2018. "planificación y gestión de emprendimientos". Educación a distancia. Dirección general de cultura y educación. Dirección de educación de adultos. Resolución 106 de 2018.
- República de colombia. 1991. "constitución política colombiana".
- Romero, j., hernández, l., gutiérrez, jm. Y portillo, r. 2017. "factores contextuales que influyen en el emprendimiento de empresas familiares en venezuela". Revista opción. Año 33, no. 83
- San martin-reyna, j. 2014. "educación y centros de investigación en innovación y emprendimiento". Capítulo 3. En: lagunes, l., solano, f., herrera, m., san martín, j. Y gonzález, l. (coord.). 2014. "innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano". Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Consejo latinoamericano de escuelas de administración – cladea. P. 55-65.
- Schött, t. 2011. "networks and entrepreneurs in latin america: a comparison among countries". unpublished manuscript, university of southern denmark, odense.
- Segal, g., borgia, d., schoenfeld, j. 2002. "using social cognitive career theory to predict selfemployment goals". New england journal of entrepreneurship, 5(2), 47-55.
- Segovia-philip, a. Y gonzález-tamayo, l. 2014. "red latinoamericana de innovación y emprendimiento: fortaleciendo vínculos entre las instituciones para el desarrollo de la actividad emprendedora basada en la innovación". Capítulo 2. En: lagunes, l., solano, f., herrera, m., san martín, j. Y gonzález, l. (coord.). 2014. Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Consejo latinoamericano de escuelas de administración – cladea. P. 14-22.
- Shapero, a. 1984. "the entrepreneurial event", en kent (ed.) "the environment for entrepreneurship". Lexington press.
- Silva, j. 2013. "emprendedor. Hacia un emprendimiento sostenible". Bogotá: alfaomega.
- Solomon, g. T., duffy, s., tarabishy, a. 2002. "the state of entrepreneurship education in the united states: a nationwide survey and analysis". International journal of entrepreneurship education, 1(1), 65-86.
- Torres-kauffman, j., huesca-ramírez, m. Y calderón-leyva, m. 2014. "infraestructura para el fomento del emprendimiento y la innovación". Capítulo 3. En: lagunes, l., solano, f., herrera, m., san martín, j. Y gonzález, l. (coord.). 2014. Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Consejo latinoamericano de escuelas de administración – cladea. P. 24-54.
- Urbano pulido, d., díaz casero, j. C., & hernández mogollón, r. 2007. "la teoría económica institucional: el enfoque de north en el ámbito de la creación de empresas". Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa. Decisiones organizativas. Vol 2, 1–15.
- Veciana, j. M. 1999. "creación de empresas como programa de investigación científica". Revista europea

de dirección y economía de la empresa. 8(3), 11-36.

Viña-vizcaíno, á. Y rodríguez-lozano, g. 2014. “emprendimiento e innovación universitarios en colombia. Una mirada desde la experiencia de la universidad nacional de colombia”. Capítulo 4. En: lagunes, l., solano, f., herrera, m., san martín, j. Y gonzález, l. (coord.). 2014. Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Consejo latinoamericano de escuelas de administración – cladea. P. 177-187