



**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**

Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA

Especialización en Mercadeo Estratégico

**PI. 30AB-2011-PERFIL DE COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR
BOGOTANO**

Paola Carolina Pineda Prieto

Bogotá, 23 de Mayo de 2012

Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA

Especialización en Mercadeo Estratégico

**PI. 30AB-2011-PERFIL DE COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR
BOGOTANO**

Director trabajo de grado:

Oscar Bravo

Bogotá, 23 de Mayo de 2012

Contenido

1.	Presentación	5
1.1	Planteamiento del problema y justificación	5
1.2	Objetivo General	6
1.3	Alcance de la investigación.....	6
1.4	Producto final obtenido	6
2.	Marco teórico	7
2.1	Marco conceptual	7
2.2	Marco teórico	9
2.2.1	Joseph Alois Schumpeter	9
2.2.2	Mc Clelland.....	10
2.2.3	David Jeffrey Timmons.....	12
2.2.4	Shapero.....	12
2.2.5	Robert Ronstadt.....	13
2.2.6	William Bygrave	14
2.3	Marco de referencia.....	14
2.4	Marco contextual.....	15
3.	Metodología	16
3.1	Validación Lingüística del Cuestionario Emprendedor	17
3.2	Validación Sicológica del Cuestionario Emprendedor.....	18
3.3	Validación Estadística del Cuestionario Emprendedor	18
3.4	Cuestionario a aplicar.....	18
3.5	Clasificación preguntas por competencias a evaluar.....	21
4.	Resultados	22
4.1	Oportunidad.....	22
4.2	Persistencia.....	23
4.3	Logro y Cumplimiento	23
4.4	Exigencia, experiencia	24
4.5	Corre riesgos	24
4.6	Fija Metas.....	25
4.7	Innovación.....	25
4.8	Negociación.....	26

4.9 Trabajo en equipo.....	26
4.10 Independencia y Autoconfianza	27
4.11 Búsqueda de información.....	27
4.12 Planeación sistemática.....	27
4.13 Pregunta abierta: Definición de emprendimiento.....	28
5. Conclusiones	29
6. Recomendaciones.....	31
7. Referencias	32

1. Presentación

1.1 Planteamiento del problema y justificación

El emprendimiento es un factor fundamental para el crecimiento económico de un país, mas sin embargo, como menciona el Doctor Rafael Vesga Profesor de la Universidad de Los Andes, se hace complejo entender cómo actuar para lograr los resultados que un país como Colombia está buscando en relación a este tema. Se tiene evidencia que el emprendimiento es directamente proporcional al nivel de desarrollo e innovación de todos los países nivel mundial. Siendo esta la situación, y teniendo en cuenta que Colombia se encuentra en vía de desarrollo, se hace necesario contar con un crecimiento sostenido de líderes emprendedores que contribuyan con el crecimiento del país.

A través de esta investigación se pretende determinar si existe algún perfil o modelo propio de competencias en el emprendedor Bogotano. Con este trabajo se espera generar un impacto en la enseñanza de los futuros empresarios buscando a través de la misma el desarrollo de las competencias sobre las cuales hay que hacer un mayor énfasis para aumentar significativamente la capacidad de emprendimiento lo cual se verá reflejado en el éxito empresarial que estos tengan en el corto, mediano y largo plazo. Este éxito será medido tomando como variable el crecimiento anual promedio en ventas de la empresa creada por el empresario.

Esta investigación inicia con el planteamiento de un problema a partir del cual se justifica el por qué es de suma importancia los resultados finales de este trabajo para los futuros emprendedores. Posteriormente se desarrolla un marco teórico donde se tomará el estado del arte como referencia para el planteamiento de las habilidades y competencias a medir en el emprendedor Bogotano. Así mismo, se sugerirán nuevas alternativas para tratar el problema de investigación. Adicionalmente se definirá el marco contextual.

A partir del marco teórico se plantea la metodología utilizada para el desarrollo de esta investigación donde se resaltarán las fases del proyecto, muestreo y

competencias a evaluar para dar paso a los resultados, conclusiones y recomendaciones de la investigación en mención.

1.2 Objetivo General

Definir un perfil claro del emprendedor Bogotano a partir de las similitudes encontradas entre los diferentes exponentes teóricos del tema y las entrevistas realizadas a distintos emprendedores Bogotanos.

1.3 Alcance de la investigación

A partir de las similitudes que se encuentren entre la investigación teórica y las entrevistas realizadas, se pretende que esta investigación sirva como una guía la cual pueda ser utilizada por cualquier persona que desee desarrollar y fortalecer habilidades y destrezas para ser un emprendedor exitoso.

1.4 Producto final obtenido

El producto final obtenido después de aplicar la metodología de investigación en su totalidad sirve como guía para la formación de nuevos emprendedores, así como también para que los emprendedores que existen hoy en día puedan tomarlo como referencia para trabajar en aquellas habilidades y competencias que deben desarrollar en pro de generar un mayor impacto tanto en sus vidas como en su entorno.

2. Marco teórico

2.1 Marco conceptual

A través de los años, el concepto de emprendedor ha sido desarrollado por múltiples personas pertenecientes a diversas disciplinas, siendo visto desde puntos de vista muy diferentes pero con factores en común que resaltan en cada definición. A continuación, y con el objetivo poner en contexto al lector en relación a este tema se presentarán algunas definiciones:

- *Servulo Anzola (2003)*:
 Definición económica: Realiza cambios de recursos de una zona bajo de bajo rendimiento a una de alta productividad.
 Definición pragmática: Es una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño.
 Definición operativa: Aquel que aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente.
 Definición general: El que hace que las cosas sucedan.
 Definición popular: Del dicho al hecho hay un gran emprendedor.
 Definición política: Es aquel que se esfuerza por convertir sus sueños en realidad.
- *Peter Drucker*: El emprendedor es aquel que busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad.
- *Stevenson (1983)*: El emprendedor es quien busca la oportunidad sin tomar en cuenta los recursos que estén actualmente bajo el control de uno mismo.
- *Stevenson*: Emprender es perseguir la oportunidad mas allá de los recursos que se controlan en la actualidad.
- *J.B. Say (1990)*: El emprendedor es quien cambia los recursos de un nivel inferior a un nivel mayor de productividad y mejores rendimientos.
- *Kundel (1991)*: La actividad emprendedora es la gestión de cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes y sin importar si esta renovación da lugar o no a la creación de una nueva entidad de negocio.

- *Gerber (1996)*: El emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades. Caos en armonía.
- *Jeffrey Timmons*: Es la habilidad de crear y construir algo a partir de prácticamente nada.
- *Lezana & Tonelli (1998)*: Emprendedores son personas que persiguen el beneficio trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (función de producción), para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto.
- *Hoselitz (1960) Jean Baptiste Say (1767-1832)*: el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un “trabajador superior”

Aunque cada una de estas definiciones fueron aportes de personas pertenecientes a diferentes campos del conocimiento, pueden identificarse factores comunes que destacan dentro del emprendedor

- Cambio
- Oportunidad
- Reto
- Optimización de recursos
- Innovación

A partir de lo anterior, puede proponerse una nueva definición que consolide estos factores: Emprendedor es aquel individuo con capacidad de adaptación ante el cambio, quien identifica oportunidades las cuales implican retos y que son materializadas a través de la innovación y la optimización de recursos.

2.2 Marco teórico

Según la Corporación de Investigación Tecnológica de Chile (Chile), la palabra emprendedor se deriva del idioma francés: *entrepreneur* (pionero). En sus inicios se utilizó en casos particulares tales como la decisión de conquistadores como Cristóbal Colón quienes asumían el riesgo de emprender una aventura, sin conocer realmente a lo que se enfrentaban (El nuevo Mundo), pero con la firme convicción de alcanzar sus objetivos.

Cabe resaltar que alrededor del concepto de emprendimiento se han desarrollado infinidad de teorías aplicándolas a distintos contextos y con diversos enfoques: social, económico, cultural, político etc. Sin embargo, hay autores que han marcado historia por sus valiosos aportes a la ciencia del “*entrepreneurship*” y son tomados como punto de partida y referencia para trabajar alrededor de este tema tanto en el campo teórico como en el práctico.

Para efectos de esta investigación se tomará como eje central a David McClelland uno de los principales exponentes de este concepto. Sin embargo, también se hará una breve mención de los principales aportes teóricos de otros importantes exponentes del tema tales como Joseph Alois Schumpeter, David Jeffrey Timmons, Albert Shapero, Robert Ronstadt y William Bygrave.

2.2.1 Joseph Alois Schumpeter

Joseph Alois Schumpeter fue el primero en implementar el concepto de emprendimiento. Lo asociaba con aquellas personas que generaban inestabilidades en los mercados de bienes y servicios a través de las actividades que realizaban. Para este economista, la innovación era la característica principal y fundamental para generar cambios en las economías.

Por otra parte, las oleadas de descubrimientos e inventos que se producen periódicamente provocan repentinos aumentos en la tasa de beneficios del capital y en la inversión (Schumpeter, 1963); conforme se extienden los nuevos conocimientos y se

imitan las nuevas tecnologías, los beneficios empiezan a disminuir y con ellos la tasa de inversión hasta que una nueva oleada de descubrimientos impulse a una nueva fase expansiva.” (Cano, Gomez, Zuluaga, & Cardona, 2004)

A partir de lo anterior, podemos deducir que para Schumpeter, la innovación es la encargada de generar el desarrollo de la economía. Entonces, podría decirse que el factor “Innovación” se convierte en algo indispensable en los emprendedores para que puedan ser considerados como tal.

Adicional al concepto de innovación y como complemento al mismo, este autor desarrolla un concepto denominado “destrucción creativa” el cual se encarga de dar finalmente forma a lo que es considerado un emprendedor para Shumpeter: “Los agentes del cambio en las economías son los emprendedores que a través de la búsqueda de nuevas tecnologías y productos, modifican las condiciones de oferta y demanda, en otras palabras, representan las fuerzas desequilibrantes al ser quienes inician los cambios que se encargan de volver obsoletas las anteriores formas de producir y consumir.” (Ospina). Este desequilibrio que generan los innovadores en las economías, es lo que se denomina “Proceso de destrucción creativa” ya que son ellos quienes se encargan de reemplazar tecnologías, productos y servicios obsoletos en formas más convenientes y avanzadas.

2.2.2 Mc Clelland

El aporte más significativo de este autor en cuanto al tema del emprendimiento se desarrolla entorno a la teoría de las tres necesidades que se convierten en variables motivadoras para el ser humano determinando su comportamiento frente a situaciones concretas:

- **Necesidad de logro:** Esta hace alusión al esfuerzo por sobresalir. Para el individuo representa alcanzar logros y metas en relación con un grupo estándar. Es la lucha permanente por alcanzar el éxito. Esta necesidad le permite a los individuos asignarse metas elevadas para alcanzar.

Mc Clelland encontró que los emprendedores más exitosos son aquellos que tienen el deseo permanente de realizar cada vez mejor las cosas. Son personas que buscan oportunidades en las cuales puedan generar un aporte significativo ante la solución de un problema y donde adicionalmente puedan recibir una retroalimentación en un corto periodo de tiempo para validar si están realizando bien sus cosas.

Adicionalmente, las personas que tienen esta necesidad son atraídas por los desafíos, no les gustan las cosas fáciles, sino por el contrario, buscan alcanzar metas como recompensa al esfuerzo y dedicación.

- **Necesidad de poder:** Esta necesidad está relacionada con el tema de liderazgo, lograr dominio, impacto y control sobre los demás. Todo esto con el objetivo de obtener el reconocimiento por parte de su grupo de influencia.

Estas personas, disfrutan tener personas a cargo, están en búsqueda permanente de situaciones competitivas y escenarios donde puedan ejercer su poder, siempre dirigidos a la búsqueda de mayor estatus y prestigio.

- **Necesidad de afiliación:** Principalmente es el deseo de relacionamiento e interacción con las demás personas no solo en el campo organizacional sino también en el entorno de las relaciones interpersonales de amistad. En pocas palabras, es la necesidad de sentirse parte de un grupo.

Los individuos que presentan una alta calificación en cuanto a esta necesidad, son personas en busca de popularidad, ayudar a otras personas y disfrutan de la permanente compañía de los demás.

2.2.3 David Jeffrey Timmons

Timmons desarrollo un modelo para establecer empresas el cual se basa en tres pilares fundamentales: mercado, personas y recursos. “Estos pilares se entrelazan entre si y necesariamente contemplan el efecto de las personas que sustentan la empresa. Así, las ideas se transforman en oportunidades, los recursos que se necesitan se determinan y se evalúan en base a las múltiples alternativas” (Timmons, 1994)

Para Timmons, todas las capacidades propias del emprendedor pueden adquirirse a través de la experiencia, ya que en su opinión los emprendedores no nacen sino que se forman e independientemente de su formación, a lo largo de la vida se puede llegar a adquirir la motivación y habilidades necesarias para convertirse en emprendedor. Sin embargo, no solo basta con la experiencia adquirida a lo largo del tiempo; “también se hace necesario contar con conocimientos específicos previos para poder adentrarse en el proceso de la creación que forma parte del espíritu empresarial.” (Ocampo Flórez, Juan Guillermo: Aproximación conceptual a la preparación en el emprendimiento.pg. 34)

2.2.4 Shapero

El principal aporte de Shapero al tema del emprendimiento fue la teoría del “evento Empresarial” o “Evento emprendedor” en el cual un creador de empresa puede llegar a percibir dicho evento como atractivo y viable. Esa inercia se puede desplazar con eventos positivos como conocer personas, posibles clientes o recibir una herencia, o negativos como perder el trabajo o ser migrante (Gutiérrez Gámez, 2009; Moriano, 2005; Gonzalez Domínguez, 2004)

Entorno al evento emprendedor, Shapero y Varela coinciden en que este se compone principalmente de las siguientes etapas:

- **Etapa motivacional (Gusto):** Está relacionada con los sistemas educativos, culturales y sociales en los que se desenvuelve el individuo y posibilitan o niegan el impulso favorable para iniciar con las etapas del proceso.
- **Etapa situacional (Oportunidad):** En esta etapa se lleva a término el proceso de identificar la oportunidad, después de haber realizado el respectivo análisis del entorno.
- **Etapa psicológica (Decisión):** Aquí el individuo evalúa los resultados obtenidos del análisis así como también la factibilidad que se tiene en relación a la oportunidad del negocio.
- **Etapa Analítica (Plan de negocio):** En esta etapa se hace un análisis más minucioso de la oportunidad, para transformarla en un plan de negocios formal donde se trazarán todas las estrategias para llevar a término la idea.
- **Etapa económica (Recursos):** Tiene que ver con el proceso de consecución de los recursos requeridos para dar inicio a la empresa.

2.2.5 Robert Ronstadt

Este autor afirma que el empresario puede formarse a lo largo de la vida y que todas las características psicológicas están sujetas a los cambios propios de largos periodos de tiempo.” (Ocampo)

Adicionalmente la teoría de Ronstandt, considera que cada emprendedor es único y que no se puede llegar a generalizar que lo que es bueno para algunos, necesariamente tiene que ser bueno para otros, ya que en ocasiones, una misma característica puede llegar a ser muy beneficiosa perjudicial dependiendo el contexto.

Por otra parte, esta teoría hace énfasis en la visión que tenga el emprendedor para detectar una oportunidad, evaluarla, identificar lo relevante así como también evaluar sus implicaciones en el corto, mediano y largo plazo. A lo anterior debe sumarse la capacidad de diseñar una estrategia para que no solo se mantenga el negocio sino que crezca a lo largo del tiempo.

2.2.6 William Bygrave

Para Bygrave, el emprendedor es aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos para ponerla en marcha. Este autor afirma que las oportunidades se abordan mejor y más efectivamente si se abarcan por organizaciones constituidas por emprendedores. (Harvard)

Según este autor, el entorno es el principal factor que determina la aparición de los emprendedores. También afirma que para que alguien pueda llegar a convertirse en emprendedor se requiere que la persona incurra en un proceso de aprendizaje que permita desarrollar y potencializar ciertas características de los emprendedores y también defiende que la creación de empresa es el resultado de una serie de influencias contextuales.

2.3 Marco de referencia

- Ocampo Flórez, Juan Guillermo: Aproximación conceptual a la preparación en el emprendimiento. Administrador de Empresas, Especialista en Investigación Educativa, Universidad de los Andes (Bogotá, Colombia)
- Couyoumdjian, Juan Pablo: Sobre el empresario y el emprendimiento en la teoría económica: Una revisión. Universidad del desarrollo (Chile)
- Zuluaga, Julio Cesar: Emprendimiento e Historia Empresaria. Apuntes para un diálogo interdisciplinario en América Latina. Estudiante Doctorado en Administración, Universidad de los Andes (Bogotá, Colombia)
- Grupo Nueva Economía: Artículo El perfil de los emprendedores en América Latina
- Artículo: Aproximación a los modelos de emprendimiento. Autor: Jorge Gámez Gutiérrez revista Management, issn 0122-6681, Vol. xviii, n.º 31, enero-junio 2009

2.4 Marco contextual

Esta investigación se realiza en la ciudad de Bogotá D.C. La herramienta de investigación es una entrevista a profundidad que se aplicara a 10 emprendedores Bogotanos que actualmente se desempeñan en distintos sectores económicos.

Dentro del cronograma propuesto para esta investigación, la toma de muestras se llevará a término en un periodo de tres (3) semanas. La entrevista en mención tendrá una duración aproximada de una hora en promedio dependiendo la situación particular de cada entrevistado en el momento de realizarla.

3. Metodología

La metodología que se utilizará para realizar esta investigación es una entrevista en profundidad manejando un cuestionario aplicado a una muestra constituida por 10 emprendedores de la ciudad de Bogotá que hayan montado empresa en los últimos 10 años:

- Carolina Gil (Mamahuhu – Diseño de calzado)
- Juan Manuel (El club del Pan – Comunidad virtual de panaderos profesionales)
- Juan Sebastián Ocaña (Darma Visual – Agencia de diseño)
- Ignacio Arévalo (Kigna SAS – Joyería)
- Nelson Gómez (Prisma Farmacéutica SAS)
- Éibar Gutiérrez (Casa Musical)
- Nicolás Franco (Franco tecnología)
- Martha Roció Moreno (Organizamos tu evento)
- Alfonso López (Luxcandel)
- Pilar Echeverri (Misión hábitat)

El grupo a entrevistar se compone de emprendedores que actualmente se destacan dentro del sector económico en el que se desenvuelven. Adicionalmente, son personas que se encargaron de materializar ideas innovadoras para convertirlas en proyectos de empresa exitosos y con gran impacto en su entorno.

El cuestionario aplicado durante la entrevista realizada a estos emprendedores está compuesto por un total de 50 preguntas en donde se solicita al encuestado que califique de 1 a 5 (siendo 1 la opción “Totalmente en desacuerdo” y 5 la opción “Totalmente de acuerdo” en términos de lo que mas ha influenciado su capacidad de emprendimiento). Estas afirmaciones pretenden validar las competencias que se mencionan a continuación:

- a. Oportunidad
- b. Persistencia
- c. Logro y Cumplimiento
- d. Exigencia, experiencia
- e. Corre riesgos
- f. Fija metas
- g. Innova
- h. Negociación
- i. Trabajo en equipo
- j. Independencia y Autoconfianza
- k. Búsqueda de información
- l. Planeación sistemática

Una vez seleccionadas y descritas las competencias del emprendedor y algunas características y comportamientos observables, se procedió a buscar unos instrumentos que permitieran medir el nivel de dichas competencias, características y comportamientos presentes en el perfil del emprendedor bogotano.

Las 50 preguntas escogidas se integraron en orden aleatorio estandarizando el procedimiento de respuesta para evitar sesgos al momento de contestar. Posterior a la elaboración del cuestionario, se procedió a realizar su clasificación de acuerdo a la escala EAO (Entrepreneurial Attitude Orientation) para asegurar la validación del documento.

Para evaluar las preguntas seleccionadas, se realizaron diez combinaciones de preguntas para que los expertos en el área de formación de emprendedores (se seleccionaron diez personas, cada una con más de cinco años de experiencia en el área de formación de emprendedores) pudieran evaluar cada una de las preguntas. Buscando que cada una de ellas, identificara las preguntas del cuestionario emprendedor.

3.1 Validación Lingüística del Cuestionario Emprendedor

El cuestionario fue evaluado por el Dr. Javier Murillo, profesor del CESA, Director del Centro DIGA (Centro de Apoyo para la Lectura, la Oralidad y la Escritura, CESA),

experto en redacción, recibiendo de él sugerencias para la forma de presentación de las preguntas; de tal manera que fueran correctamente estructuradas y tuvieran más claridad.

3.2 Validación Sicológica del Cuestionario Emprendedor

El cuestionario fue evaluado por una sicóloga de la Universidad Javeriana, Dra. Luz Marina Vergara, Vicepresidente de EXIMIUM, Head Hunter de Bogotá, quien revisó la congruencia de las preguntas para evaluar las características que se supone evaluaba cada pregunta.

3.3 Validación Estadística del Cuestionario Emprendedor

Se realizó una evaluación estadística del cuestionario emprendedor, basada en la metodología ALFA CRONBACH, para ello se contó con el Dr. Carlos Duitama, Director del Departamento de Estadística de la universidad Sergio Arboleda.

3.4 Cuestionario a aplicar

Siendo 1 la opción “totalmente en desacuerdo” y 5 la opción “totalmente de acuerdo” por favor marque con una X el nivel de relevancia que tiene para usted cada una de las siguientes afirmaciones:



CUESTIONARIO - CARACTERISTICAS DEL EMPRENDEDOR BOGOTANO

Empresa	
Nombre del Emprendedor	
Fecha de realización de la encuestas	

Siendo 1 la opción y 5 la de mayor importancia, por favor marque con una X el nivel de relevancia que tiene para usted cada una de las siguientes afirmaciones:

	Afirmación	1	2	3	4	5
1	Con frecuencia tengo ideas originales y las llevo a la practica					
2	No me gusta participar en actividades sociales, clubes, colectas, asociaciones etc.					

3	Trabajo, con frecuencia, más de ocho horas, me gusta. Incluso los fines de semana						
4	No renuncio a mis ideas, cuando quiero algo insisto hasta conseguirlo, sin renunciar a mis ideas.						
5	La gente dice que no convenzo a nadie cuando le comparto mis puntos de vista						
6	Cuando invierto mi dinero prefiero hacerlo en la bolsa de valores, que en un depósito a término.						
7	No me gusta hacer cosas grandes en la vida, eso no me entusiasma.						
8	me adapto fácilmente a nuevas situaciones						
9	Me resulta facil encontrar soluciones variadas a un mismo problema						
10	Resuelvo los problemas rápidamente, incluso bajo presión						
11	En cada cosa que hago encuentro posibilidades de creatividad (innovación)						
12	Creo firmemente en que logro el éxito en todo lo que me propongo hacer						
13	Me gusta trabajar duro para estar entre los primeros						
14	Creo en el dicho “Si no lo logras la primera vez, inténtalo una y otra vez”						
15	Disfruto siendo el líder						
16	Temo a lo desconocido cuando inicio un negocio						
17	Tengo dificultades para concentrarme en el trabajo						
18	Cuando tomo una decisión, me es muy difícil cambiarla						
19	Cuando enfrento los problemas, me es fácil resolverlos y superarlo						
20	En situaciones difíciles soy una persona poco ingeniosa						
21	Soy un triunfador, tengo el dese intenso de triunfar siempre						
22	Disfruto buscando nuevos enfoques a ideas probadas						
23	Tengo poca energía y capacidad de acción						
24	Si encuentro obstáculos para cumplir mis metas, me desaliento						
25	Creo en el refrán “Donde manda capitán, no manda Marinero”						
26	Considero que el riesgo es, a veces, estimulante.						
27	Quiero probar a otros que yo puedo triunfar						

28	Estoy convencido que tengo todas las posibilidades y capacidades y se explotarlas muy bien.						
29	Me gusta la idea de montar mi propio negocio						
30	Creo en el dicho “El que no arriesga un huevo no saca un pollo”						
31	No estoy seguro de mis propias ideas y capacidades						
32	Creo que la iniciativa es el primer paso para el éxito						
33	Me siento seguro aunque algunos critican mi trabajo						
34	La perseverancia es definitiva para lograr el éxito						
35	Me gusta conservar el control de todo lo que hago						
36	Soy bueno enfrentando muchos problemas al mismo tiempo						
37	No me preocupa lo que ocurra sí que mis planes no me salgan como esperaba						
38	Me entusiasma dirigir los grupos de trabajo						
39	Creo que puedo iniciar un negocio éxitos a cualquier edad						
40	Me siento bien cuando trabajo duro para mejorar mi negocio						
41	Nunca encuentro soluciones rápidas y eficaces						
42	Cada cual tiene sus ideas, yo siempre respeto cuando alguien no está de acuerdo conmigo.						
43	Creo que en un país como el nuestro no hay que correr muchos riesgos						
44	No me entusiasma iniciar cosas nuevas y poco comunes						
45	Si no logro las metas en corto tiempo, pierdo el interés en ellas						
46	Si alguien se equivoca en una decisión soy tolerante con él						
47	No permito que mis empleados comenten actos irresponsables						
48	Asisto a todas ferias, relacionadas con mi negocio, para buscar nuevas oportunidades						
49	Me gusta recibir retroalimentación de mi gente, ello evita cometer errores futuros						
50	Prefiero buscar el logro y no el poder						

51 En tus propias palabras, como defines el emprendimiento?

--

3.5 Clasificación preguntas por competencias a evaluar

Característica	Preguntas
a. Oportunidad	18,29,30,32,39,44
b. Persistencia	4,14,19,24,25,34
c. Logro y Cumplimiento	10,13,17,23,37,49,50
d. Exigencia, experiencia	3,47
e. Corre riesgos	6,16,26,43
f. Fija metas	27,40,45
g. Innova	1,9,11,20,41
h. Negociación	5,46
i. Trabajo en equipo	15,38,42
j. Independencia y Autoconfianza	8,12,21,28,21,33
k. Búsqueda de información	2,22,48
l. Planeación sistemática	7,35,36

4. Resultados

Teniendo en cuenta la clasificación que se menciona en el numeral inmediatamente anterior, a continuación el respectivo análisis de resultados de las entrevistas en profundidad realizadas a los 10 emprendedores Bogotanos tomando como punto de partida el análisis de las competencias que se pretenden evaluar.

Nota aclaratoria: Los gráficos de resultados obtenidos de las entrevistas a profundidad se encuentran en el anexo 1 del CD que contiene este documento.

4.1 Oportunidad

En primer lugar, para el 80% de los entrevistados no resulta muy fácil cambiar una decisión cuando esta ha sido tomada lo cual puede interpretarse en la firme convicción que tienen en el momento de emprender una idea que se piense desarrollar.

Adicionalmente, el 80% de los emprendedores están totalmente de acuerdo en la idea de tener su propio negocio, lo cual puede traducirse en la importancia que tiene para el emprendedor el hecho de tener su propia empresa. Esto es fundamental, ya que a pesar de que resulta importante adquirir formación previa en alguna empresa que ya esté constituida, lo que realmente destaca al empresario es crear nuevos negocios.

Por otra parte, 90% de los encuestados coinciden en la importancia que tiene el arriesgarse para alcanzar algún objetivo. Siempre y cuando el riesgo haya sido estudiado, puede ser abordado de la mejor de las formas. También hay que destacar que el 90% calificó la iniciativa como algo fundamental para alcanzar el éxito.

También se pudo evidenciar que para el 90% de los entrevistados la edad no juega un papel determinante a la hora de emprender un negocio razón por la cual no se considera como un impedimento en el momento que se tome la decisión de emprender.

En relación al entusiasmo que genera el emprender nuevas ideas, el 80% se mostró totalmente motivado en el momento de llevarlas a término. Podría decirse

entonces que un motivador a destacar en el espíritu emprendedor es la posibilidad de incursionar en proyectos que sean considerados nuevos y poco convencionales.

4.2 Persistencia

Como primera medida, se hace necesario destacar que para el 100% de los entrevistados, la persistencia juega un papel determinante. Ninguno estuvo ni estaría dispuesto a renunciar a sus ideales independientemente de los obstáculos que se presenten. Como complemento a lo anterior, el 100% coincide en la importancia de intentar una y otra vez hasta alcanzar la meta propuesta.

Por otra parte, se preguntó a los emprendedores acerca de la facilidad que tienen para resolver problemas: el 80% consideró que cuenta con las habilidades requeridas para la solución de los inconvenientes que puedan presentarse. Adicionalmente, 80% de los entrevistados afirmó no desalentarse ante los obstáculos que puedan presentarse durante la ejecución de una idea: por el contrario, se convierte en un reto a superar para alcanzar con mayor convicción la meta propuesta.

Como complemento a lo anterior, el 100% de los encuestados consideró que la perseverancia tiene un papel fundamental cuando se desea emprender un proyecto pues es la única manera de superar los obstáculos que se presenten en el camino hacia la consecución de la meta.

4.3 Logro y Cumplimiento

En primer lugar, en un 80% de los entrevistados se evidenció la habilidad para la pronta solución de problemas, incluso bajo condiciones de alta presión. Adicionalmente, el 80% se auto-exige con el objetivo de alcanzar las metas y objetivos propuestos así como también para obtener una posición que le permita destacarse.

Por otra parte, cuanto a la capacidad de concentración, no existe una tendencia tan evidente como en las habilidades anteriormente evaluadas ya que las respuestas se encuentran totalmente dispersas: esto podría traducirse en que no resulta fundamental contar con la capacidad para concentrarse.

Adicionalmente se destaca en el 100% de los entrevistados el alto nivel de energía y capacidad de acción en todas las actividades que realizan.

También corroborarse que algunos tienden a preocuparse cuando los resultados no salen como se esperaba. A pesar de lo anterior, hay otro segmento para el cual la preocupación no juega un papel determinante.

Por otra parte, en cuanto a la importancia de recibir retroalimentación constante, esta juega un papel determinante en el 100% de la muestra. Esto permite establecer un plan de acción para implementar las mejoras respectivas para que no vuelvan a suceder. Lo anterior demuestra la importancia que tiene para el emprendedor todos y cada uno de los aportes por parte de los miembros que componen sus respectivos equipos de trabajo.

Finalmente, para el 90% de los entrevistados es de mayor importancia la búsqueda del logro por encima del poder. Esto podría traducirse en que si se alcanzan las metas y objetivos inicialmente planteados de la mejor de las formas, indiscutiblemente se alcanzará una posición de poder.

4.4 Exigencia, experiencia

El 70% de los emprendedores no se hace totalmente necesario trabajar más el tiempo establecido es un factor determinante para alcanzar los logros, salvo situaciones que lo lleguen a requerir.

Por otra parte, 80% de los emprendedores entrevistados no permiten bajo ninguna circunstancia que sus empleados cometan actos irresponsables. A partir de lo anterior, podría validarse la importancia que tiene para el emprendedor la ética en todas las cosas que se hagan.

4.5 Correr riesgos

En primera instancia, aunque en ocasiones se hace necesario correr riesgos para alcanzar las metas, no es un factor determinante ya que en situaciones donde el

emprendedor pueda escoger entre una situación de alto riesgo y una de bajo riesgo, probablemente optará por la segunda opción.

Como complemento a lo anterior, para el 60% del grupo existe un temor a lo desconocido en el momento de iniciar un negocio, por el contrario, para el 40% restante el miedo puede llegar a ser totalmente manejable a pesar de estar presente en algún momento. Sin embargo, para el 90% de los emprendedores el riesgo puede llegar a convertirse en un estímulo en el momento de emprender un nuevo negocio.

Por otra parte, la mayoría de los emprendedores coinciden que pese a la situación que enfrenta Colombia, vale la pena correr el riesgo en cuanto a la generación de nuevas ideas, lo que en palabras coloquiales podría denominarse como “Apostarle al país”.

4.6 Fija Metas

Para el 60% de los emprendedores, es de alta importancia probar a otros la capacidad de triunfo, sin embargo para el 40% restante no resultó ser un objetivo ni algo fundamental para alcanzar sus metas.

Por otra parte, el 100% siente un alto grado de satisfacción cuando se trabaja fuertemente en pro de sus propios negocios. Al ser de ellos, se convierte en una motivación para sacar el mayor potencial de sus empresas.

También pudo evidenciarse que la perseverancia y motivación juegan un papel determinante para alcanzar las metas y objetivos propuestos.

4.7 Innovación

A partir de estos resultados, se puede evidenciar la generación de nuevas ideas como una de las principales características del emprendedor. Adicionalmente, se puede corroborar que no se trata tan solo de generar buenas ideas sino que es fundamental materializarlas.

En segundo lugar, los entrevistados tienen la capacidad de generar diversas alternativas para solucionar un mismo problema lo cual puede traducirse en recursividad para encontrar distintos caminos.

Adicionalmente se pudo evidenciar que los emprendedores tienen la capacidad de ser creativo en la mayoría de actividades que realiza en su cotidianidad. Esta afirmación se puede reafirmar teniendo en cuenta que 90% de los entrevistados se consideran a sí mismas personas ingeniosas y creativas.

En cuanto a la habilidad para encontrar soluciones rápidas y eficaces, el 100% de la muestra afirmó encontrarlas dentro de sus actividades: esto corrobora nuevamente la importancia de la creatividad en el emprendedor.

4.8 Negociación

El 90% de los emprendedores considera que tiene una alta capacidad de convicción y persuasión en las demás personas al momento de comunicar sus ideas y puntos de vista. Por otra parte, los emprendedores en su mayoría son personas que aceptan de una forma sensata las equivocaciones de los demás.

4.9 Trabajo en equipo

Se evidenció también que el 80% de los emprendedores disfruta en su totalidad la tarea de liderar un equipo de trabajo en pro de la consecución de objetivos. Adicionalmente, para el 90% resulta motivante dirigir equipos de trabajo.

También se destaca en los emprendedores el respeto a las ideas y distintos puntos de vista siendo esto motivo de enriquecimiento de ideas propias e incluso viéndose reflejado en el crecimiento personal.

4.10 Independencia y Autoconfianza

Como primera medida, se pudo evidenciar en el 90% de los entrevistados, la capacidad de adaptación a las nuevas situaciones. También se pudo observar que el 90% afirma que es necesaria la convicción para alcanzar todas las metas y objetivos propuestos.

Adicionalmente, en todos los emprendedores se evidenció el deseo intenso de triunfo en todas las actividades que se emprendan. Lo anterior se refuerza con el convencimiento que tienen en sí mismos acerca de sus habilidades y potencial para materializar sus ideas independientemente de las críticas que otras personas hagan en relación a su gestión.

4.11 Búsqueda de información

El total de entrevistados disfruta participando de actividades sociales, clubes, colectas, asociaciones et casi como también se evidencia el disfrute en la búsqueda de nuevos enfoques a ideas probadas. También coinciden en la importancia que tiene asistir a ferias y eventos donde se puedan obtener nuevas ideas para enriquecer sus propios negocios.

4.12 Planeación sistematica

Los emprendedores son personas entusiastas ante la idea de desarrollar y materializar nuevas ideas y proyectos siendo sistematicos a la hora de establecer su plan de acción: a partir de lo anterior se logra mantener el control de lo que se pretende desarrollar o implementar. Por otra parte, se pudo evidenciar la importancia que tiene la capacidad de manejar diversos problemas y situaciones en simultánea.

4.13 Pregunta abierta: Definición de emprendimiento

Finalizando la entrevista se preguntó a los emprendedores acerca de lo que para ellos significa la palabra emprendimiento, sobre lo cual respondieron con las siguientes definiciones personales:

- Emprendimiento es hacer que las cosas sucedan.
- Es seguridad, valor y perseverancia.
- El emprendimiento es el acto al sacrificio de muchas cosas para lograr lo que sueñas.
- Es dedicarse en 100% en mente y alma a lo que crees y no desistir en tu idea.
- Es la herramienta para volver realidad los sueños.
- Emprendimiento significa ser pionero en determinado tema y realizar un esfuerzo adicional para proporcionar el mejor camino a una idea.
- Es tomar la decisión de materializar una idea sacando el máximo provecho de los recursos que se tienen a la mano.
- El emprendimiento lo determinan la capacidad de lucha y constancia en todo lo que se hace.
- Es la capacidad de llevar una idea a una realidad tangible.

5. Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos, tomando como eje central de comparación a David Mc Clelland, se pudo concluir lo siguiente:

En primer lugar en cuanto a las necesidades de logro que para Mc Clelland son parte fundamental del ser humano, esta investigación permitió confirmar que se encuentra presente dentro de las personas que son consideradas como emprendedoras teniendo en cuenta que para él, los emprendedores que son considerados exitosos son aquellos que tienen el deseo constante de realizar cada vez de una mejor manera las cosas.

Por otra parte, en torno a esta misma necesidad de logro, puede concluirse también que los emprendedores Bogotanos buscan recibir retroalimentación constante (tanto positiva como negativa) acerca de su gestión y de esta manera poder validar si están haciendo bien las cosas. Adicionalmente, al emprendedor bogotano le agradan los desafíos, y se fijan a sí mismos metas exigentes para generarse satisfacción como recompensa a todo el esfuerzo que destinaron para la consecución de la meta establecida.

En segundo lugar, en cuanto a la necesidad de poder y tomando como punto de partida lo que esta significa, también puede concluirse que para el emprendedor Bogotano resulta fundamental el hecho de ser líder en las actividades que se desenvuelven. Adicionalmente les gusta ejercer control sobre los demás sin llegar a considerarse como personas controladoras, mas sin embargo les agrada generar aportes en el crecimiento de sus equipos de trabajo.

En tercer lugar, haciendo alusión a la necesidad de afiliación, también puede concluirse que en estos emprendedores existe el permanente deseo de interacción y relacionamiento con diversidad de personas no solo en el ámbito laboral sino en otros campos de la vida como las relaciones interpersonales. El emprendedor Bogotano disfruta y saca el mayor provecho en el buen sentido de la palabra de todos y cada uno de los grupos con los que interactúa.

En resumen, el emprendedor bogotano posee en un alto grado las tres necesidades o variables motivadoras que plantea David Mc Clelland en su teoría en torno al tema de emprendimiento.

6. Recomendaciones

Teniendo en cuenta que Mc Clelland tan solo es uno de los diversos exponentes alrededor del tema de emprendimiento tal como se pudo evidenciar en el marco teórico propuesto en este trabajo, se sugiere profundizar en la confrontación de competencias de los emprendedores en la práctica con los principales exponentes teóricos para poder enriquecer, cada vez, en mayor medida, esta investigación.

También se sugiere la utilización de una metodología similar a la propuesta y utilizada en este trabajo para mantener la coherencia y consistencia en torno a los resultados y conclusiones.

7. Referencias

Cano, C., Gomez, C., Zuluaga, F., & Cardona, M. (2004). Diferencias y similitudes en las teorías del crecimiento económico. Universidad EAFIT, pagina 11.

Chile, C. d. (s.f.).

Gabriunas, I. (s.f.). Competencias para el liderazgo gerencial

Gamez, J. (2009). Aproximación a los modelos de emprendimiento. Revista Management

Harvard, U. d. (s.f.). Como crear una empresa exitosa. *Harvard business Essentials Una guía para directivos ocupados, enfoques y conceptos para avanzar.*

Ocampo, J. G. (s.f.). Aproximación conceptual a la preparación en emprendimiento. 50.

Ospina, J. (s.f.). Entrepreneurs, destrucción creativa y procesos de mercado.

Rodriguez, A. (s.f.). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial
Universidad Libre de Colombia

Shumpeter. (1963).

Timmons, J. (1994). *New Venture Creation.*