

2009-06-01

Jóvenes emprendedores, ¿cómo son?

Jorge Gámez Gutiérrez

Universidad de La Salle, Bogotá, jgamez@unisalle.edu.co

Clemencia Navarrete Jiménez

Universidad de La Salle, Bogotá, cnavarretej@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs>

Citación recomendada

Gámez Gutiérrez, Jorge and Navarrete Jiménez, Clemencia (2009) "Jóvenes emprendedores, ¿cómo son?," *Gestión y Sociedad*: No. 1 , Article 15.

Disponible en:

This Artículo de investigación is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Gestión y Sociedad* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Jóvenes emprendedores, ¿cómo son?¹

Jorge Gámez Gutiérrez²
Clemencia Navarrete Jiménez³

Recibido: 18 de octubre de 2008 – **Aprobado:** 3 de marzo de 2009

*Los viejos lo creen todo; los adultos todo lo sospechan;
mientras que los jóvenes todo lo saben.*

Oscar Wilde

Resumen

Los emprendedores son personas innovadoras y arriesgadas que identifican oportunidades y buscan soluciones a los problemas. Son importantes tanto desde su intención de crear empresas, como desde su participación en el ámbito público o privado, institucional, empresarial o social. En el caso de Colombia, a pesar de las condiciones adversas, los empresarios logran sacar adelante los esfuerzos emprendedores. Esta investigación de tipo exploratorio pretende contribuir a su caracterización, a partir de las respuestas de 130 jóvenes estudiantes de estratos medios de Bogotá. Del análisis de las encuestas se observa que un mayor nivel de formación de los jóvenes genera más optimismo en la posibilidad de trabajo; los jóvenes con nivel académico más alto, y con padres empresarios, son los que han tenido mayores oportunidades de trabajo. Si bien los jóvenes –hombres y mujeres– tienen la intención emprendedora de crear empresas, su puesta en marcha es baja, posiblemente como consecuencia

¹ Investigación exploratoria financiada por la Universidad de La Salle.

² Economista. Especialista en Formulación y Evaluación de Proyectos. Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria. DEA (Maestría) en Ciencias Empresariales. Candidato a Ph.D en Ciencias Empresariales. Profesor con evaluación de excelencia 2006 y 2007 del programa de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: jgamez@unisalle.edu.co

³ Ingeniera Industrial. Maestría en Administración de Negocios (MBA). Especialista en proyectos de inversión. Ingeniera Industrial. Profesora e investigadora del programa de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: cnavarretej@unisalle.edu.co

de las dificultades y los riesgos percibidos por ellos para crear empresa en Colombia. Entre dichas dificultades están la falta de apoyo financiero, los trámites y el clima económico del país, los riesgos generados por la inseguridad de los ingresos, el temor a arruinarse o al fracaso personal, los cuales no son ajenos a la realidad que también se vive en otros países latinoamericanos. Los jóvenes encuestados son emprendedores y empresarios potenciales, por ello existe la necesidad de aprovechar y motivar estas tendencias desde la educación y el apoyo institucional público y privado.

Palabras clave

Emprendimiento, emprendedor, creación de empresas, jóvenes.

Abstract

Entrepreneurs are innovative and risky people that identify opportunities and give solutions to troubles; they are important since both the intention of the creation of enterprises and its participation in public or private, institutional, enterprise or social ambit. Despite of the adverse conditions the Colombian entrepreneurs get to achieve the entrepreneur efforts. This investigation is of the exploratory kind and aspires to contribute to the characterization of the Colombian entrepreneurs based on the answers of 130 young students in middle stratum of Bogotá. From the analysis of the inquiries it is observed that a higher level of formation of young people generates more optimism at the possibility of job; more young people have worked with high academic level and entrepreneur parents. While there is the intention of entrepreneurship in the young people for creating of enterprise its start-up is less, in both men and women; is possible that it is a consequence of the difficulties and risks perceived by young people to create enterprise in Colombia. Some difficulties like the financial supportlessness, the procedures and the economical situation of the country, are risks generated by the salary insecurity, the fear to be ruined or to personal failure, these are not different to the reality lived in the Latin-American countries. The polled young people are potential entrepreneurs and businessmen, this is why it exist the need to seize and motivate these tendencies since the education and the public or private institutional support.

Keywords

Entrepreneurship, entrepreneur, enterprises creation, young people.

Introducción

El emprendimiento supone la existencia de personas que solucionan problemas y encuentran oportunidades en una sociedad; su acción puede desempeñarse en el sector público o privado, como agentes de cambio, y en este último caso, como potenciales creadores de empresa. La importancia de los emprendedores radica en su capacidad para forjar cambios en la sociedad a partir de la creación de empresas y generar alternativas laborales.

Con los resultados de la presente investigación se pretende contribuir a la caracterización de los emprendedores colombianos, con un estudio exploratorio en jóvenes estudiantes de estratos medios de Bogotá, que sirva de referencia en la identificación de las necesidades de apalancar el emprendimiento.

Existen diferentes estudios sobre el porqué se da el impulso emprendedor y, por tanto, qué genera la creación de empresas y cuáles son las diferencias entre emprendedores por vocación y por necesidad (Moriano, Palací y Morales, 2006). En otros estudios (Guzmán y Liñán, 2005) se reconoce tanto la importancia de la educación para impulsar el emprendimiento, como la necesidad de crear estrategias de acompañamiento para mantenerlo, que se confirma con el análisis de la Europa de los 25 y los resultados del estudio realizado por Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Latinoamérica. El sistema educativo, sobre todo el universitario, aporta a los potenciales emprendedores para su mayor dinamismo, crear o perfeccionar habilidades para manejar el riesgo, potencializar la creatividad y conocer otras experiencias emprendedoras. El acompañamiento a partir de las redes de apoyo es indispensable tanto para concretar las ideas de negocios, como para conseguir recursos financieros y técnicos.

Las características de los emprendedores dependen de la ubicación geográfica, la historia familiar y las expectativas personales; por ejemplo, hay más creadores de empresas en Estados Unidos que en Europa, y más emprendedores en los países desarrollados. Para el caso latinoamericano, el emprendimiento depende de las condiciones familiares y del entorno; predominan los proyectos de creación de empresa individual, o con pocos socios, e influye en el desarrollo del espíritu emprendedor individual la existencia de padres independientes (Kantis y otros, 2002) o la tradición familiar de creación de empresa (Moriano, 2005; Veciana, 2001; Kantis y otros, 2002, GEM, 2006).

Un emprendedor es...

Los emprendedores parecen tener una perspectiva diferente de la realidad que los demás perciben; son individuos que imaginan y llevan a la práctica nuevas respuestas a los problemas que han enfrentado las sociedades a lo largo del tiempo. En general, son personas atentas a la detección de oportunidades, el descubrimiento de necesidades insatisfechas, y la selección de fórmulas apropiadas para satisfacerlas. En la medida en que intentan aprovechar las oportunidades, soportan los riesgos inherentes a su solución: de reputación, emocionales y financieros, junto con el seguimiento de un curso de acción con resultados inciertos, la conformación y coordinación de equipos, la participación en redes de individuos y organizaciones, y la reunión de talento y recursos necesarios para implementar esas propuestas.

Este tipo de individuos se encuentran en muchas partes; en el sector público son aquellos que ofician como agentes de cambio que fomentan la innovación institucional y tienen bajo nivel de restricción normativa (Cámara de Comercio de Bogotá, 2003), proponen reformas a lo público,

intentan trasladar la cultura de empresa al sector estatal, tienen orientación al servicio social, buscan la asociación de lo público con la sociedad civil y pretenden cubrir las necesidades insatisfechas de la población (Moriano, 2005). En el campo social pretenden promover y sostener algunos valores, buscan nuevas oportunidades, siguen procesos de innovación y tienen alto sentido de responsabilidad en el trabajo social (Moriano, 2005).

El emprendedor más conocido es el que crea empresa privada; según Moriano (2005)

puede ser emprendedor por empuje (*Push*), es decir, aquella persona insatisfecha con su trabajo actual que decide arrancar un negocio, y emprendedor por atracción (*Pull*), la persona fascinada con los negocios que emprende. También hay emprendedores por vocación, que son los individuos que tienen el impulso, la ilusión y el sueño de crear empresa, y emprendedores por necesidad⁴, aquellos que fundan un negocio para mejorar su situación, o impulsado por sus circunstancias (tabla 1).

Tabla 1. Tipos de emprendedores.

Moriano y Palací (2006)	Hernández (2008)		Lee y Chan	Cámara de Comercio
Por vocación	Basado en oportunidad	Sector formal	Ambicioso	Público
Por necesidad	Basado en necesidad	Sector informal	Trabajador en red	Social
			Trabajador duro	Privado

Fuente: elaboración de los autores a partir de Moriano (2005) y Hernández (2008).

En Latinoamérica se pueden diferenciar los emprendedores según actúen en el sector formal o informal. En el primer caso prevalece el deseo de salir del desempleo; en el segundo, existe la tendencia a quedarse en la informalidad debido a las dificultades para acceder a los recursos financieros y por las grandes distancias a las fuentes de conocimiento –normas, leyes y procedimientos– que les impiden ingresar al sector formal (Hernández, 2008).

Las etapas del emprendimiento

La persona que decide crear empresa se puede analizar en tres momentos: como empresario potencial, empresario naciente y empresario dinámico. En cada caso la educación puede sensibilizar, apoyar y contribuir en el logro

de la calidad empresarial⁵ (Guzmán, 2005). La creación de empresa a su vez tiene tres etapas: la gestación del proyecto, la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo inicial. La etapa de gestación incluye la motivación y las competencias del emprendedor; la identificación de la oportunidad, y la elaboración del proyecto.

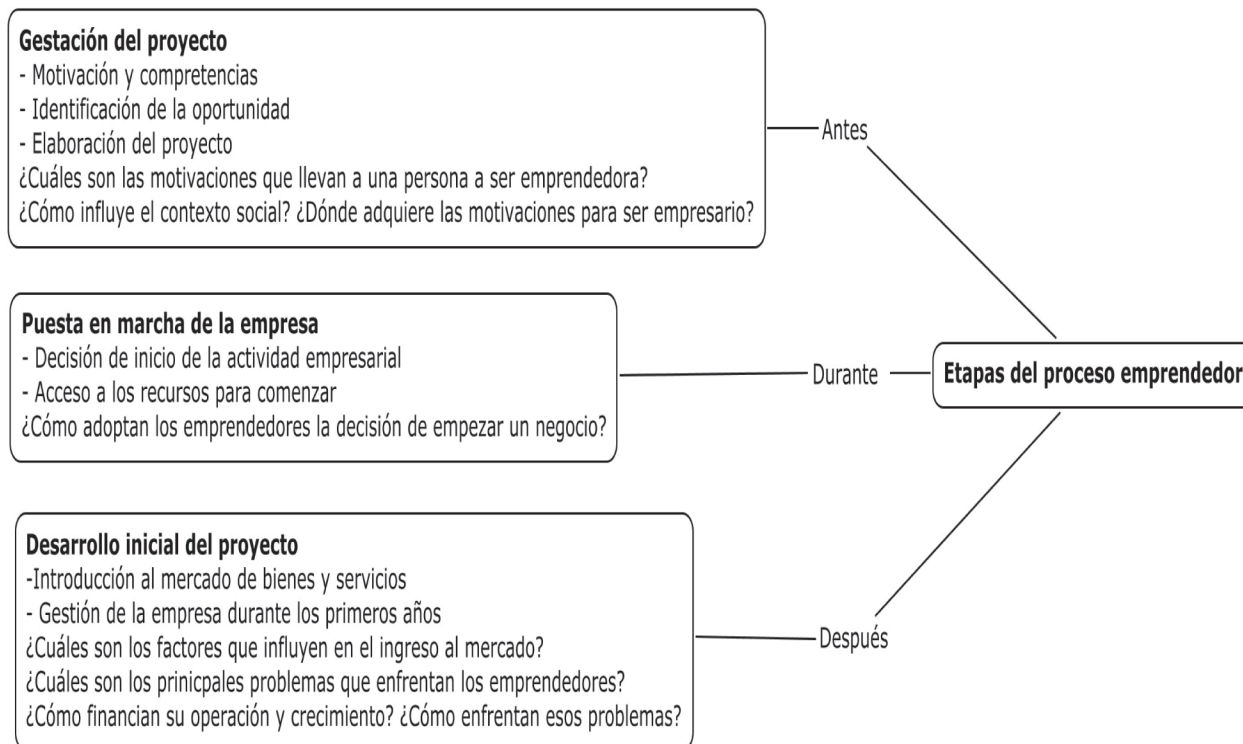
⁴ Según Hernández (2008), los emprendedores por necesidad se pueden describir como empresarios unipersonales, jefes de hogar, con nivel de secundaria incompleta, en el sector terciario, con ingresos menores a dos salarios mínimos, sin afiliación a la seguridad social, en su mayoría no suscriben contratos laborales por escrito, y trabajan en sus viviendas o locales no fijos.

⁵ Según Swedberg (2002), desde la sociología económica, el emprendimiento es enseñable y se puede convertir en una habilidad rutinaria aunque en las escuelas de negocios del mundo se enseña por lo general sólo como plan de negocios.

La puesta en marcha contempla la decisión de iniciar la actividad empresarial y el acceso a los recursos para empezar. Y el desarrollo inicial del

proyecto incluye la introducción de bienes y servicios al mercado, y la gestión de los primeros años (Kantis y otros, 2002). (Figura 1).

Figura 1. Etapas del proceso emprendedor.



Fuente: elaboración de los autores a partir de Kantis y otros (2002).

Tabla 2. Clasificación de las motivaciones de los emprendedores.

Motivación	América Latina	Taiwán	España
Autorrealización	1	1	1
Contribuir a la sociedad	3	3	4
Modelos de rol	5	2	7
Independencia	4	7	2
Mejorar ingresos	2	5	3
Enriquecerse	7	4	5
Seguir la tradición familiar	8	8	8
Estatus social	6	6	6

Fuente: elaboración de los autores a partir de Kantis y otros (2002).

Los emprendedores en el mundo

Según el Eurobarómetro (Gallup, 2007), dentro de las razones más importantes para crear empresa se encuentran la autorrealización, la independencia, y la libertad para definir el lugar y el tiempo de trabajo (tabla 2). Este informe muestra que los europeos prefieren ser empleados, mientras que los norteamericanos optan por crear empresa⁶. El potencial emprendedor europeo está en los jóvenes, hombres, que aun estudian y con uno o ambos padres creadores de empresa; España es el país con más personas interesadas en ser emprendedores, al pasar de 34% en el 2004, a 52% en el 2007.

Gallup muestra además que en la Europa de los 25, en el 2007 el 58% de las empresas se creó por oportunidad, el 27% por necesidad, y el 10% por ambas razones. Se destaca que en Estados Unidos la creación de empresa por oportunidad sea del 73%. En cuanto a la contribución del

sistema educativo en el desarrollo de la actitud emprendedora, en la Europa de los 25 el 50% de los entrevistados fue ayudado por la escuela para desarrollar su iniciativa, el 48% entendió en la escuela el rol del emprendedor en la sociedad, y al 28% la escuela le hizo interesarse por convertirse en emprendedor.

En el 2007, Gallup detectó que las dificultades que enfrentaron los emprendedores europeos para crear empresa incluyen la carencia de apoyo financiero, la complejidad de los procedimientos burocráticos, los obstáculos para obtener información útil y el riesgo de fallar. El 30% de los europeos de los 25 que crean empresa tienen miedo a la quiebra –en particular los jóvenes– lo mismo que a la incertidumbre del ingreso y el riesgo de perder las propiedades, mientras que los emprendedores de Estados Unidos son más proclives a tomar riesgos.

Tabla 3. Fuentes de acceso a financiamiento al inicio del emprendimiento y los primeros años. Porcentaje de empresas.

País /región	Fuentes internas		Fuentes externas					
			Bancos		Apoyo público		Capital de riesgo	
	Al inicio	Primeros años	Al inicio	Primeros años	Al inicio	Primeros años	Al inicio	Primeros años
América Latina	88%	88%	21%	26%	3%	5%	9%	6%
Japón	88%	88%	26%	61%	28%	61%	17%	17%
España	81%	81%	39%	42%	11%	6%	7%	13%

Fuente: elaboración de los autores a partir de Kantis y otros (2002).

⁶ El Eurobarómetro entrevistó a 20.674 personas en enero del 2007. De ellos, 18.665 son de la UE (9% con empresa), 1.009 de Estados Unidos (8% con empresa), 500 de Islandia (5% con empresa) y 500 de Noruega (6% con empresa) (Gallup, 2007).

Los emprendedores en Latinoamérica

Según el BID (Kantis y otros, 2002), el emprendedor latinoamericano que crea empresa es hombre, joven, de clase media y alto nivel de educación, y en pocos casos mujer⁷. Su desempeño depende de la influencia de la familia, el sistema educativo, el trabajo previo, las redes de contacto, el proyecto, su estrategia y elaboración, las condiciones que rodean la decisión de emprender y el financiamiento. En Latinoamérica los proyectos empresariales nacen con menos personas, que en Taiwán e Italia, donde más de seis empresas de cada diez tienen tres fundadores.

Kantis y otros (2002) agrega que la familia contribuye con la motivación y la generación de competencias para emprender, que suponen generar deseo por seguir la tradición familiar, inculcar la vocación por el trabajo duro, la capacidad para resolver problemas, la incubación de ideas de negocio, y la consecución de recursos monetarios y no monetarios para el proyecto. La mitad de los emprendedores nacieron en hogares donde el padre era independiente, como en el caso de Costa Rica y El Salvador, donde hay cuatro de cada diez, mientras que ese porcentaje es menor en Brasil y Chile.

El sistema educativo y su capacidad de transmisión de conocimientos técnicos para emprender influye en los empresarios más dinámicos⁸; Costa Rica con 82% y Argentina

con 73% están por encima del promedio regional. En México, los empresarios reconocen que la universidad les aporta habilidades para manejar el riesgo, trabajar en equipo, negociar y ser creativos, aportes más valorados que los conocimientos técnicos; en el caso de las universidades se valoran mucho las pasantías. Los emprendedores de mayor educación son los chilenos y los peruanos, entre los cuales siete de cada diez son graduados universitarios de ingeniería y ciencias económicas, en su mayoría. Por el contrario, para los emprendedores la contribución de la educación media es poco valorada, aprecian más el trabajo previo, porque permite recoger ideas de negocios, formar en competencias y descubrir vocaciones.

De igual manera, son importantes las redes de contacto que facilitan la captación de ideas de negocio, el acceso a los recursos, y el acompañamiento en los primeros momentos de vida de la empresa. Estas redes pueden ser sociales (parientes, amigos, conocidos), institucionales (instituciones de apoyo), empresariales y universitarias, y de producción. Entre los motivos iniciales de los creadores de empresas se encuentran los siguientes: lograr realización personal, poner en práctica los conocimientos adquiridos, mejorar el nivel de ingresos, contribuir a la sociedad, ser su propio jefe, ser adinerado, ser como un empresario que admiraba, obtener estatus social, seguir la tradición familiar de estar en los negocios, estar desempleado y no poder estudiar (tabla 4).

⁷ Al igual que en los demás países de América Latina, las tasas de creación de empresas y de crecimiento de las empresas que nacen son más bajas que las de los países más industrializados. El promedio de antigüedad de las firmas latinas es mucho mayor que en los países más desarrollados, lo que parece reflejar un escaso ingreso de nuevas compañías al mercado (Kantis y otros, 2002).

⁸ El BID diferencia el desempeño de las empresas dinámicas y no dinámicas a partir de la generación de

más empleos y ventas; en esa ejecución influyen: a) la familia, b) el sistema educativo, c) el trabajo previo, d) las redes de contacto, e) el proyecto, su estrategia y elaboración, f) las condiciones que rodean la decisión de emprender, y g) el financiamiento (Kantis y otros, 2002).

Tabla 4. Motivaciones iniciales de los creadores de empresa.
Cifras en porcentajes.

Motivaciones	Argentina	México	Perú
Lograr realización personal	87,5	94,7	81,7
Poner en práctica sus conocimientos	77,7	69,0	82,8
Mejorar su nivel de ingresos	62,5	79,6	83,9
Contribuir a la sociedad	53,6	55,8	73,1
Ser su propio jefe	48,2	80,5	54,8
Ser adinerado	26,8	36,3	32,3
Ser como un empresario que admiraba	25,0	51,3	40,9
Obtener estatus social	16,1	46,0	49,5
Seguir la tradición familiar de estar en los negocios	17,0	28,3	31,2
Estar desempleado	6,3	9,7	4,3
No poder estudiar	5,4	5,3	8,6

Fuente: elaboración de los autores a partir de Kantis y otros (2002).

Con respecto a la importancia de las nuevas empresas, el BID (Kantis y otros, 2002) concluye que, a su juicio, ésta radica en la creación de oportunidades laborales, en particular para los jóvenes, quienes constituyen un grupo con mayor tasa de desempleo que el promedio de la población económicamente activa. Los emprendedores empiezan jóvenes y no se quedan en una sola experiencia –dos de cada tres fundaron su primera empresa entre los 20 y 35 años–, y la mitad creó más de una empresa durante su vida. En México, tres de cuatro empresas eran la primera vez para sus creadores, mientras que en Chile es una de tres. En general, la idea de crear empresa aparece hacia los 26 años, y se concreta entre los 31 y los 45. En Costa Rica se inicia más temprano que en Chile. El tiempo transcurrido entre el momento en que nace el deseo de emprender la empresa, y su fundación, es mayor en México, Costa Rica, El Salvador y Perú.

Cómo son los jóvenes emprendedores colombianos

Según Gartner (1985), el individuo con necesidades de éxito toma decisiones dependiendo de la edad en que se encuentre, afirmación válida para la detección de una oportunidad de negocio y la creación de una empresa. De igual manera, Hayek (1986) muestra que los emprendedores de países desarrollados son diferentes, puesto que en sociedades jóvenes de países desarrollados habría menos espíritu emprendedor. Los emprendedores actúan de forma distinta a partir de las diferencias de crecimiento y localización, así como los aspectos psicológicos, sociales, culturales y las características étnicas de los individuos (Thornton, 1999). Además de los atributos personales de cada emprendedor, influye la localización geográfica (Veciana, 2001). A las características propias de cada individuo se

suman los lazos familiares y la tradición familiar en la creación de empresa (Moriano, 2005; Veciana, 2001; Kantis y otros, 2002, GEM, 2006). La competencia estimula a quienes carecen de propiedad y son privilegiados con educación (Schumpeter, 1947a); un individuo con cualidades personales y sociales, además de educación, se puede convertir en emprendedor (Virtanen, 1997); la educación se puede convertir en acelerador del desarrollo económico para generar nuevos hábitos, valores, motivos y actitudes (McClelland, 1989). El empresario innovador tiene motivaciones como el dinero, el poder, la curiosidad, la fama o el reconocimiento (Drucker, 1984); el emprendedor innova, tiene motivación y necesidad de poder (Carland *et ál*, 1984).

Según la OCDE (2002), el rol de las nuevas empresas es destacable en lo que respecta a la creación de oportunidades laborales, en particular para los jóvenes, quienes constituyen un grupo con mayor tasa de desempleo que el promedio de la población económicamente activa en muchas economías desarrolladas y en desarrollo.

De acuerdo con el informe GEM (2006), los nuevos empresarios colombianos arrancan negocios entre los 25 y 34 años, crean más empresas los hombres que las mujeres, y tienen experiencia laboral previa; destaca que a mayores posibilidades de obtención de ingresos, hay mayor tendencia para crear empresa.

El emprendedor de Bogotá, estudio exploratorio

Metodología

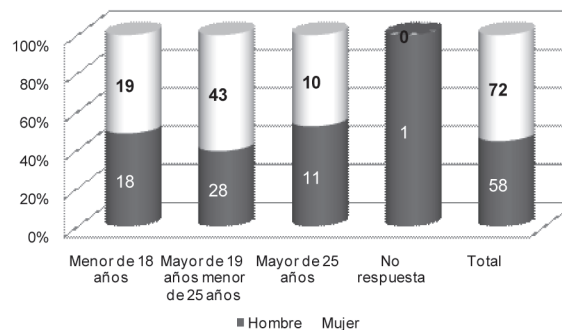
Con el fin de contribuir a la caracterización de los emprendedores colombianos, se hizo un estudio exploratorio con encuestas a 130 jóvenes estudiantes de estratos medios de

Bogotá. Se formularon doce preguntas directas a estudiantes de educación secundaria del Instituto Piloto de Colombia –un colegio de estrato tres al norte de la ciudad–, del Instituto Tecnológico del Sur –un colegio también de estrato tres, ubicado en el sur– y a estudiantes de educación terciaria de la Universidad de La Salle, sedes La Candelaria y Chapinero.

Resultados

Los encuestados son jóvenes entre los 19 y 25 años; el 55% son mujeres (72), es decir que hay una mayor proporción de ellas en el grupo etéreo (ver figura 2).

Figura 2. Jóvenes según sexo y edad.



Fuente: elaboración de los autores sobre datos encuesta realizada entre el 15 y 25 de octubre de 2007.

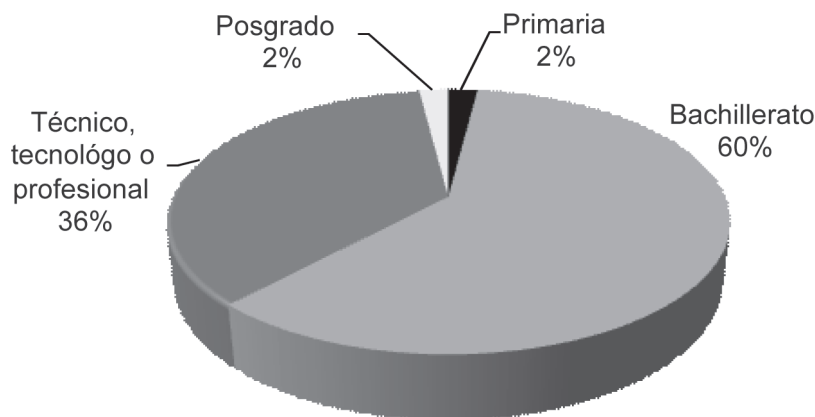
En cuanto al nivel de formación, el 44,6% de los encuestados (58 jóvenes) tienen nivel de bachillerato y el 44,6% nivel tecnológico, tecnólogo o profesional, acorde con la edad (tabla 5).

El 38,5% de los padres son empresarios del 62% de las mujeres y del 28% de los hombres. De los hijos de empresarios, el 66% (33 jóvenes) están entre los 18 y 25 años. En cuanto al nivel de formación, el 60% de los jóvenes de padres empresarios son bachilleres, y el 36% (18 jóvenes) están en nivel de tecnólogo, técnico o profesional (figura 3). La formación de técnico, tecnólogo o profesional tiene una mayor proporción para los padres que son empleados, el 49,3% (33 jóvenes).

Tabla 5. Rango de edad según nivel de formación.

Nivel de Formación		Rango edad					Total
		Primaria	Bachillerato	Técnico, tecnólogo o profesional	Posgrado	No respuesta	
Hasta 18 años	Número	9	24	4	0	0	37
	%	90,0	41,4	6,9	0,0	0,0	28,5
Mayor de 18 años, menor de 25 años	Número	0	29	39	2	1	71
	%	0,0	50,0	67,2	100	50,0	54,6
Mayor de 25 años	Número	1	4	15	0	1	21
	%	10,0	6,9	25,9	0,0	50,0	16,2
No respuesta	Número	0	1	0	0	0	1
	%	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	0,8
Total	Número	10	58	58	2	2	130
	%	7,7	44,6	44,6	1,5	1,5	100

Fuente: elaboración de los autores sobre datos de la encuesta realizada entre el 15 y el 25 de octubre de 2007.

Figura 3. Nivel de educación de los estudiantes con padres empresarios.

Fuente: elaboración de los autores sobre datos de la encuesta realizada entre el 15 y 25 de octubre de 2007.

El 75% de los jóvenes considera que sí existen posibilidades de trabajo para la gente joven en la ciudad. Los más pesimistas son los jóvenes entre 19 y 25 años; los hombres son más optimistas que las mujeres; el 79% de los hombres responden que sí a esta pregunta. Los jóvenes con mayor nivel de formación (técnico, tecnólogo o profesional) son más optimistas frente a la posibilidad de trabajo: el 77%. El 79% de los hijos de padres empleados considera que existe posibilidad de trabajo,

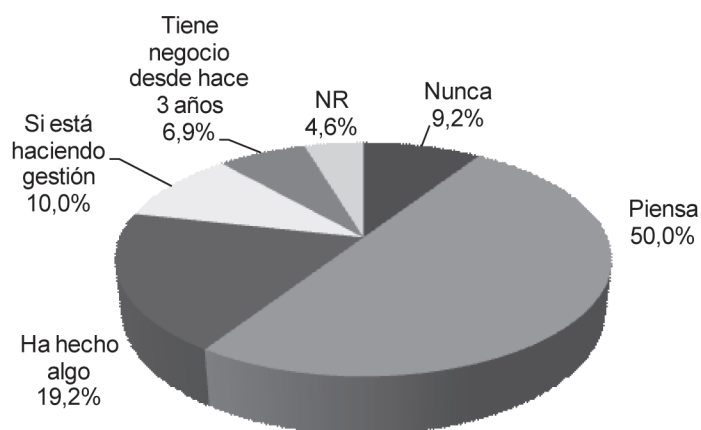
frente al 74% de los hijos de padres empresarios. El 83,1% de los encuestados conoce jóvenes que se han ido a otra ciudad o país. El 75% de los jóvenes conocen a alguien que ha creado empresa.

El 79,2% de los jóvenes ha trabajado, es la proporción mayor para los jóvenes mayores de 18 años, superior al 90% y mucho menor, el 45,9%, para los jóvenes de 18 años o menos. Según sexo, el 81% de los hombres y el

77,8% de las mujeres han trabajado. Acorde con el nivel de formación, el 70,7% de los jóvenes con bachillerato han trabajado, y el 94,8% de los jóvenes que son tecnólogos, técnicos o profesionales. Los demás niveles de formación están por debajo del total. Más jóvenes con padre empresario han trabajado, 78%, frente a los que son hijos de padres empleados.

El 86,2% de los encuestados (112 jóvenes), tienen alguna intención o han realizado acciones para crear empresa; el 36,2% ha realizado acciones de creación de empresa y el 16,9% tienen negocios establecidos o están haciendo las gestiones para ello (figura 4). Se puede observar que existe la intención de emprendimiento entre los jóvenes, pero la realización del emprendimiento es mucho menor.

Figura 4. Jóvenes con intención de crear empresa



Fuente: elaboración de los autores sobre datos encuesta realizada entre el 15 y 25 de octubre de 2007.

En los grupos etáreos, los jóvenes entre 18 y 25 años son los que tienen mayor intención de emprendimiento y tienen negocio actualmente (tabla 6). El 69,2% de los jóvenes son

optimistas ante la posibilidad de trabajo y tienen intenciones de crear empresa; el 70,7% han trabajado y tienen intencionalidad de crear empresa.

Tabla 6. Rangos de edad de los estudiantes según intención de crear empresa.

Rango edad		Nunca	Piensa	Ha hecho algo	si está haciendo gestión	Tiene negocio desde hace 3 años
Hasta 18 años	Número	6	24	4	0	0
	%	50,0	30,8	16,0	23,1	33,3
Mayor de 18 años, menor de 25 años	Número	5	36	17	6	4
	%	41,7	55,4	68,0	46,2	44,4
Mayor de 25 años	Número	1	8	4	4	2
	%	8,3	12,3	16,0	30,8	22,2
No respuesta	Número	0	1	0	0	0
	%	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0
Total	Número	12	65	25	13	9
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

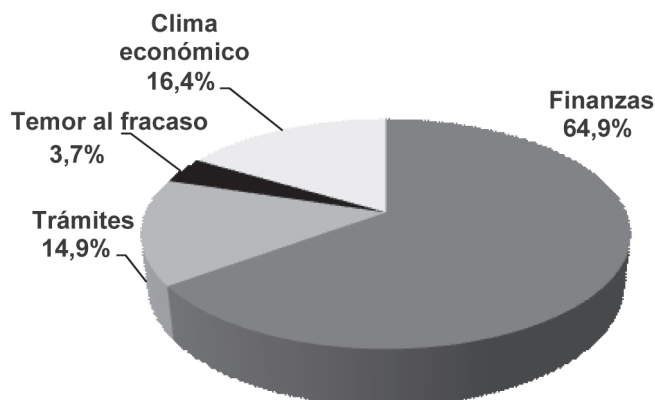
Fuente: elaboración de los autores sobre datos de la encuesta realizada entre el 15 y 25 de octubre de 2007.

En cuanto al nivel de formación, el 40% del total de jóvenes que tienen intención de crear empresa –o la han creado– son bachilleres y el 38% son técnicos, tecnólogos o profesionales. El 55,6% de los jóvenes que tienen negocio son bachilleres. No existe diferenciación entre la intención de crear empresa entre hombres y mujeres, es el 91% y 90% de cada grupo, respectivamente, proporción bastante considerable. Frente al total de encuestas, los hombres con intención o creación de empresa son el 39% y las mujeres el 47%. El 42% de los jóvenes encuestados con padre empleado tienen la intención o han creado empresa, frente al 36% de los jóvenes cuyo padre es empresario.

Con respecto a las dificultades para la creación de una empresa, el 96,9% de los jóvenes encuestados percibe más de una dificultad; la

principal es la falta de ayuda financiera, ya sea como crédito, capital semilla, u otras formas de financiamiento; la respuesta es similar por sexo y por nivel de formación; sin embargo, las mujeres y los técnicos, tecnólogos o profesionales la perciben como una mayor dificultad que los demás grupos. La segunda dificultad para los bachilleres son los trámites, 15,3% de respuestas; para los técnicos, tecnólogos o profesionales, es el clima económico con el 20,3%, igual respuesta para los hombres con el 17,5% de las respuestas. Para las mujeres los trámites y las dificultades económicas son la segunda dificultad percibida para la creación de empresas. Para los jóvenes con padre empleado, la segunda dificultad percibida son los trámites y el clima económico; cuando el padre es empresario, la segunda dificultad percibida es el temor al fracaso (figura 5).

Figura 5. Dificultades percibidas para la creación de empresa



Fuente: Elaboración propia sobre datos encuesta realizada entre el 15 y 25 de octubre de 2007.

En cuanto al riesgo, el 97,7% de los jóvenes encuestados perciben más de un riesgo para la creación de empresas. El mayor riesgo percibido es la inseguridad en los ingresos, 34,4% de las respuestas, es similar por grupos de edad, sexo, nivel de formación o actividad del padre; le sigue el temor a arruinarse, 22,1% de las

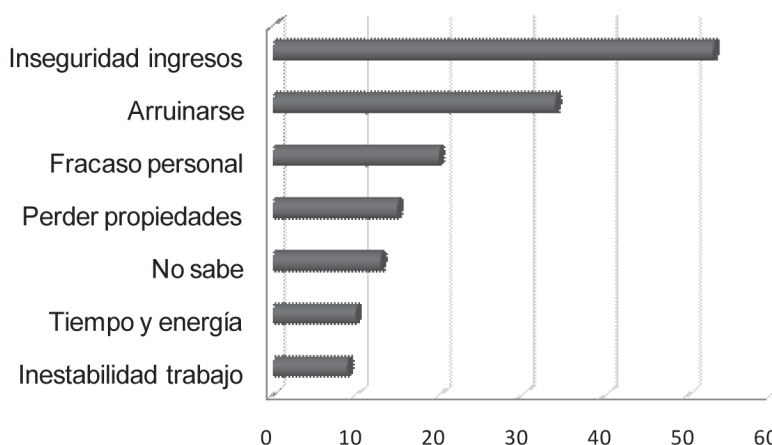
respuestas; y el fracaso personal, 13% de las respuestas.

Para los menores de 18 años el segundo riesgo es perder las propiedades y tener la posibilidad de arruinarse. Para el grupo entre 18 y 25 años, el segundo riesgo es tener la posibilidad de

arruinarse; para los mayores de 25 años el segundo riesgo es el temor al fracaso. Tanto los hombres como las mujeres perciben como segundo riesgo la posibilidad de arruinarse; en tercer lugar el temor al fracaso; para las mujeres también está en tercer lugar el temor a perder las propiedades. Por nivel de formación, para los bachilleres y el grupo de técnicos, tecnólogos o profesionales, el segundo riesgo es tener la posibilidad de arruinarse.

De acuerdo con la actividad del padre, los hijos de padres empleados consideran como segundo riesgo la posibilidad de arruinarse, seguido como tercer riesgo el fracaso y perder las propiedades. Los hijos de padres empresarios consideran como riesgo la posibilidad de arruinarse casi en similar proporción que la inseguridad en los ingresos (figura 6).

Figura 6. Percepción de riesgo para crear empresa.



Fuente: elaboración de los autores sobre datos de la encuesta realizada entre el 15 y 25 de octubre de 2007.

Discusión

Es indiscutible el aporte que hacen los emprendedores a una sociedad, ya sea en la creación de empresas o como potenciales generadores de empleo, y en los espacios institucionales o empresariales como creadores de cambios sociales. Sería importante entonces analizar el emprendimiento como fuente de cambio en el sector público y privado, en las entidades, empresas y organizaciones sociales. De aquí que el conocer las características de los emprendedores, las razones para crear empresa y las necesidades que tienen para hacer realidad los emprendimientos, se convierte en una perspectiva de mejor futuro para los países.

Al parecer, el entorno económico presenta las mayores dificultades de incorporación de jóvenes al mercado laboral. Es probable que el entorno institucional, los procedimientos y las políticas de gobierno puedan favorecer el potencial empresarial de los jóvenes, si ellos perciben que cuentan con programas de apoyo a la iniciativa empresarial, tanto desde la educación secundaria, como, y sobre todo, desde la universitaria, y desde la consolidación de redes de apoyo que permitan identificar oportunidades e ideas de negocio potencialmente exitosas, y posteriormente apoyar en su puesta en marcha y consolidación. Desde este punto de vista valdría la pena indagar sobre los resultados, impactos y aprendizajes

de las redes de apoyo que se encuentren funcionando.

En cuanto al entorno familiar se destacan interrogantes, como conocer qué factores están permitiendo generar el emprendimiento en los individuos, y cuáles los están limitando; igual interrogante existe con la educación formal y no formal.

Sería interesante conocer los ejemplos de empresarios a través de la divulgación de sus historias en los medios de comunicación, como sucede en Asia, al igual que las contribuciones individuales de los empresarios a la sociedad a través de los aportes en ingresos y educación.

Conclusiones

En general se destaca que, a pesar de las condiciones adversas, los empresarios colombianos logran sacar adelante los esfuerzos emprendedores. Los riesgos y las dificultades que perciben los encuestados no son ajenos a la realidad que se vive en los países latinoamericanos, puesto que las dificultades de acceso a recursos financieros y al conocimiento les pueden limitar un emprendimiento formal y sostenible, de acuerdo con lo expuesto por Hernández (2008).

En el estudio exploratorio se observa la relación que existe entre la expectativa de empleo y el empleo para los jóvenes con mayor nivel educativo; de igual manera, que el 69,2% de los jóvenes que tienen alguna intención de crear empresa son optimistas frente a la posibilidad de trabajo. También se observa la relación entre la realización del emprendimiento y la experiencia laboral, dado que el 70,7% de los jóvenes tienen intención de crear empresa y han trabajado.

Acorde con las etapas planteadas por Guzmán (2005), los jóvenes encuestados están en el momento de empresario potencial, porque se presenta una expectativa de crear empresa en el 86,2% de los encuestados, frente a la realización de este reto del 36,2% de los cuales tienen negocio el 6,9%; es decir, existen condiciones que podrían aprovecharse para motivar estas iniciativas y tendencias desde la educación, e incrementar los resultados en creación de empresas.

De acuerdo con la información disponible en la encuesta, las características de los encuestados que crean empresa o tienen intencionalidad de hacerlo son los jóvenes entre 18 y 25 años, bachilleres, técnicos, tecnólogos o profesionales, hombres o mujeres, tienen experiencia laboral previa y en mayor proporción con padre empleado.

A partir del estudio exploratorio no se puede concluir cuáles son las razones y motivaciones para crear empresa en Bogotá, que permitan realizar el comparativo con Europa, Estados Unidos u otros países de Latinoamérica. Si bien se percibe una relación con el nivel de educación, no se puede concluir cuáles son los factores directos de la educación que han influido en los jóvenes con mayor potencialidad de emprendimiento o que han sido emprendedores.

Las dificultades que perciben los encuestados para crear empresa tienen similitud con las enfrentadas por los emprendedores europeos en el 2007, en cuanto a la carencia de apoyo financiero y los trámites (Gallup, 2007). Las dificultades percibidas por los jóvenes encuestados con padres empresarios podrían estar relacionadas con la experiencia vivida en la familia. Es por eso que le dan prioridad al temor al fracaso, después de las dificultades financieras; de igual

manera se podría concluir frente a los riesgos que plantean, como el temor a arruinarse y la inseguridad de los ingresos. Estos riesgos perci-

bidos por los jóvenes encuestados se relacionan con los temores del 30% de los europeos de los 25 que crean empresa (Gallup, 2007).

Bibliografía

Bogotá *Emprende*. <www.bogotaemprende.com>

Cámara de Comercio de Bogotá (2002). *Observatorio económico de Bogotá*. No. 1. Mayo. Bogotá, Colombia: CCB.

Cámara de Comercio de Bogotá (2003). *Bogotá – Cundinamarca. Bases del plan regional de competitividad 2004-2014*. Bogotá, Colombia: CCB.

Cámara de Comercio de Bogotá (2003). *Observatorio económico de Bogotá*. No. 13. Noviembre. Bogotá, Colombia: CCB.

Cámara de Comercio de Bogotá (2005). *Observatorio económico de Bogotá*. No. 20. Noviembre. Bogotá, Colombia: CCB.

Cámara de Comercio de Bogotá (2007). *Observatorio económico de Bogotá*. No. 27. Noviembre. Bogotá, Colombia: CCB.

Cámara de Comercio de Bogotá (2007a). *Observatorio del emprendimiento de Bogotá*. No. 1. Bogotá, Colombia: CCB.

Cámara de Comercio de Bogotá y Monitor Company (2002). *Estudio de competitividad para Bogotá. Fase II*. Tomo II. Pág. 115. Bogotá, Colombia: CCB.

Carland, J. et. al. (1984). *Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Concep-*

tualization. The Academy of Management Review, Vol. 9, No. 2.

Cortés, M., Daza, F., Navarrete, C. (2008). *Competitividad tecnológica en las nuevas empresas de Bogotá D. C. que han sido financiadas con recursos del Fondo Emprender en sus tres primeras convocatorias (2004 a 2006)*. Bogotá D.C., Colombia: Universidad de La Salle. División de Formación Avanzada, Maestría en Administración.

Drucker, P. (1984). *La innovación y el empresario innovador*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.

Fondo emprender. Fondo Emprender <www.fondoemprender.com>

Gallup (2007). *Entrepreneurship Survey of the EU (25 Member States), United States, Iceland and Norway*. Brussels.

Gámez, J. (2007). *Perfil de los jóvenes emprendedores y la creación de empresa*. Ponencia en el Primer Simposio Internacional de Empresa de Familia. Bogotá, Colombia: Universidad de La Salle.

Gámez, J. y Posada, E. (2008). *Creación de empresa y empleo en Colombia, un desafío*. Madrid, España: Ediciones FIEC.

Gartner, W. (1985). *A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture*

- Creation. The Academy of Management Review, Vol. 10, No. 4. pp 696-706.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2006). *Global report summary*. Global Entrepreneurship Monitor <www.gemconsortium.org> www3.babson.edu/ESHIP/upload/GEM_2006_Global_Report.pdf
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2006a). *Reporte de resultados Colombia*. Bogotá.
- Guzmán, J. y Liñán, F. (2005). *Perspectives on Entrepreneurial Education: A US-Europe Comparison*. Jean Monnet European Studies Centre y Universidad Antonio de Nebrija. Madrid, España: Universidad Nebrija.
- Hayek, F. (1968). *Competition as a discovery procedure*. Traducción de Marcellus Snow para The quarterly journal of Austrian economics Vol. 5, No. 3, Fall 2002. p 9 -23. Kiel: J Store.
- Hernández, I. (2008). *Empresa, innovación & desarrollo*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Jóvenes con empresa <<http://www.jovenescos-nempresa.com>>.
- Kantis, H. y otros (2002). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Bogotá, Colombia: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Cátedra CEINFI*. Bogotá, Colombia: MCIT. <www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=1698&IDCompany=16>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Convocatorias Fomipyme*. Bogotá, Colombia: MCIT. <<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=5802>>
- Moriano, J. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor*. Madrid, España: Consejo económico y social.
- Moriano, J., Palací, F. y Morales, J. (2006). *El perfil psicosocial del emprendedor universitario*. Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones, Volumen 22, No. 1.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2002). *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*. París, Francia.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2004). *OECD Compendium II on SME and Entrepreneurship Related activities Carried Out by International and Regional Bodies*. París, Francia.
- Presidencia de la República. Apoyos estatales al emprendimiento. >www.presidencia.gov.co/prensa_new/leyes/2006/enero/ley1014260106.pdf > <www.presidencia.gov.co/sne/2006/marzo/24/17242006.htm>
- Swedberg, R. (2002). *The Cat's Dilemma and Other Questions for Economic Sociologists*.
- Thornton, P. (1999). *The Sociology of Entrepreneurship*. Annual Review of Sociology, Vol. 25.
- Veciana, J. (2001). *Creación de empresas como campo de estudio y salida profesional: evolución, estado actual y tendencias de desarrollo*. RGE-Revista de Gestão e Economia. Universidade Da Beira Interior. Covilha, Portugal.
- Ventures. Concurso Ventures. <www.ventures.com.co>