

2009-12-01

Capacidad de emprendimiento del joven universitario. Estudio de caso

Gustavo Correa Assmus
Universidad de La Salle, Bogotá, gcorrea@unisalle.edu.co

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

Citación recomendada

Correa Assmus, Gustavo (2009) "Capacidad de emprendimiento del joven universitario. Estudio de caso," *Gestión y Sociedad*: No. 2 , Article 2.

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.

Capacidad de emprendimiento del joven universitario. Estudio de caso¹

Gustavo Correa Assmus*

Recibido: 15 de mayo de 2009 – **Aprobado:** 6 de agosto de 2009

Resumen

La necesidad de explorar el mundo juvenil y entender cómo gestiona componentes y atributos para consolidar su capacidad emprendedora, dio pauta para una muestra poblacional estudiantil a fin de someterlo a diferentes pruebas que posibilitaran una investigación descriptiva e inductiva. La capacidad emprendedora de universitarios permite señalar que, muy probablemente, cuentan con un amplio espectro de relaciones componente/atributo² y, por tanto, un perfil capaz para el

¹ El artículo se basa en la investigación “Interpretación de la capacidad de emprendimiento de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad de La Salle”. Cuenta con el código 34.310.06.01.05 y fue financiada por la Universidad de La Salle. Para intercambiar opiniones dirigirse a gcorrea@unisalle.edu.co

* Economista de la Universidad Santo Tomás de Bogotá. Magíster en Desarrollo Ambiental de la Pontificia Universidad Javeriana. Consultor en proyectos públicos y privados, tanto de orden nacional como internacional. Profesor de temas económicos, ambientales y metodológicos, de los cuales, cuenta con varias publicaciones. Investigador del programa Zedeo de la Vicerrectoría de Investigación y Trasferencia de la Universidad de La Salle.

² Los componentes son conocimiento, afectividad, comportamiento y visión del futuro. A su vez, los atributos establecidos son los siguientes: solución de problemas, toma de decisiones, gerencia del riesgo, aprobación social, practicidad, integralidad perceptual, pensamiento creativo y tolerancia a la frustración.

emprendimiento en contexto, aunque se desconozca su proporción y adecuación frente a exigencias del mercado.

Resulta necesaria literatura en busca de contribuciones históricas para conceptualizar y teorizar el entorno mundial y nacional a fin de comprender las intenciones políticas de su creciente promoción gubernamental; esto, unido a una plataforma estadística y analítica –complementada con escalogramas Likert y Guttman–, permite construir apreciaciones rigurosas. Como resultado, los jóvenes objeto de estudio tipifican su capacidad sobre 59% de estas relaciones favorables para generar empresa. Quizá la hipótesis H_0 confirma estas cualidades con cierta validez para sustentar iniciativas.

Palabras clave

Emprendimiento, capacidad emprendedora, relaciones componente/atributo, creación de empresa, perfil.

Abstract

The need to explore youth world and understand how they manage elements and attributes³ to strengthen their entrepreneurial ability, led to chose a student population sample in order to put them under different tests which allowed a descriptive and inductive research. The college students' entrepreneurship let to point out that, likely enough, they count on a wide-spectrum of element-attribute relationships, therefore an ideal profile to assume entrepreneurship within a context although there was not an awareness on proportion and adjustment against the market requirements.

Review in search of historical contributions to envision and theorize worldwide-and-local environments was required to understand increasingly political purposes of governmental promotion; in concert with a statistical and analytical platform –and supplemented with Likert & Guttman scales– allowed rigorous findings. As a result, young people typify –the case study– their ability on 59 per cent for these favorable relationships regarding entrepreneurship. Perhaps the Hypothesis H_0 confirms these qualities with certain validity to support initiatives.

Keywords

Entrepreneurship, entrepreneurial ability, element-attribute relationships, enterprise creation, profile.

³ The elements are knowledge, affectivity, behavior, and vision of future; at the same time, the established attributes as follows: problem solution, decision making, risk management, social approval, functionality, comprehensive perception, creative thinking, and frustration tolerance.

Introducción

¿Es usted emprendedor? Probablemente sí. Todas las personas pueden contar diferentes anécdotas sobre logros que en última instancia tienen mayor o menor dosis de emprendimiento, pero lo que la globalización, el entorno empresarial y las exigencias buscan para el progreso económico moderno son personas que evidencien capacidades significativas para abordar un proyecto y saber triunfar contra cualquier amenaza.

Por ello, es necesario tener en cuenta que el emprendimiento se entiende como *la búsqueda de oportunidades más allá de los recursos disponibles, cualidad que tienen algunas personas junto con la habilidad para evaluar en forma simultánea, el éxito y el fracaso.*

De acuerdo con lo anterior, la preocupación mundial sobre el desempleo ha llevado a importantes naciones de Europa, a pensar seriamente en potenciar la creación de empresas de carácter personal, familiar o asociativo, como medio para la sostenibilidad económica de sus poblaciones. Por su parte, Estados Unidos continúa adentrándose en los temas de la competencia y la competitividad, el mercadeo y las finanzas corporativas, como medios para generar riqueza, que posibilite el desarrollo de sus actuales organizaciones y facilite la incorporación de mano de obra, a fin de evitar el paro laboral de su sociedad.

Mientras tanto, Latinoamérica se debate entre el déficit presupuestal, la carencia de inversión autónoma y el desempleo, lo cual ha permitido el desarrollo de niveles altos de pobreza y aun cuando su producto interno bruto tiende a crecer, la coyuntura financiera internacional no se lo permite. En Colombia la

situación no es muy diferente, pues la brecha económica de las clases sociales continúa acentuándose, el conflicto armado obliga al desperdicio de recursos importantes para el desarrollo, la inversión es deficitaria, el desempleo es alto (República de Colombia, 2005) y, por consiguiente, la pobreza hace mella en la población.

Desde esta perspectiva, la visión empresarial en Colombia debe fortalecerse de manera significativa, para evitar el malgasto de los recursos disponibles. Según datos del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA, 2006) para 2005, se estima que en Colombia de 100 empresas que nacen el 50% fracasa en el primer año de vida, otro 40% no pasa del tercer año y apenas un 1% supera los 5 años y tiende a consolidarse como una pequeña y mediana empresa.

Al anterior panorama se suma que el 20% de la población nacional está constituida por jóvenes entre 15 y 24 años, con una tasa de desempleo del orden del 62% en la que los hombres participan con el 32% y las mujeres con el 68% restante, situación que pone de manifiesto las escasas oportunidades laborales que el aparato productivo ofrece frente a la creciente necesidad de subsistencia social⁴.

Por otro lado, la investigación científica en emprendimiento, innovación y competitividad del país representa el 28% del total del esfuerzo investigativo nacional y constituye sólo un 0,04 del PIB. Por su parte, la inversión para fortalecer el recurso humano en torno a la investigación para la innovación y la

⁴ Con base en *Censo Nacional de Población 2005*, DANE; www.dane.gov.co, agosto 17 de 2006, Bogotá, consultado noviembre 3 de 2006; y www.minproteccionsocial.gov.co; abril 1 de 2005, Medellín; consultado noviembre 3 de 2006.

competitividad es del 8% del total, lo que representa un 0,02 del PIB⁵.

Se deduce entonces que el trabajo investigativo y la capacitación del talento humano en materia empresarial es deficiente y, por tanto, se hace necesario explorar e identificar los problemas sociales relacionados con el emprendimiento, a fin de orientar debidamente recursos, actitudes y aptitudes de cara a la creación de empresas y generación de empleo, mediante la formación de personas capaces de enfrentar los retos de emprender, crear y gestionar organizaciones productivas, exitosas, con visión global y claros conceptos de competitividad.

Ahora bien, en Colombia el desempleo es resultado de una diferencia sustancial entre el grado de crecimiento de su aparato productivo y las tasas de empleo requeridas para sustentar económicamente su población. Además, el comportamiento comercial mundial, genera impactos sobre estabilidad y seguridad empresarial, indicadores fundamentales para cualquier inversionista.

Igualmente, exigencias de alta competitividad como las establecidas en acuerdos y tratados de libre comercio, la neocolonización económica adelantada por grandes transnacionales en América Latina, la agresiva competencia por mercados con estrategias de bajo precio y otros fenómenos, no ofrecen luces claras frente al panorama de una generación de empleo que sea suficiente y estable para la economía nacional.

La situación es tan clara que entidades públicas como el Servicio Nacional de Aprendizaje –SENA– y privadas como la Cámara de Comercio

⁵ Colciencias (2005). En *Barómetro. Observatorio de Investigación*. N° 1.

de Bogotá, han iniciado vigorosos planes de capacitación social, que permitan potenciar las fases de emprendimiento, empresarismo y generación de jóvenes empresarios, mediante el aporte de millonarios recursos a fin de cambiar una mentalidad pasiva laboral, por una proactiva empresarial, la cual permita a largo plazo, incrementar el aparato productivo y los indicadores relativos a la generación de empleo.

No está claro si el objetivo se logre, pero es una carrera contra el tiempo en la que el país se encuentra involucrado. Las universidades no son ajenas a ello, pues han entendido el mensaje y algunas han empezado a incorporar en sus currículos asignaturas relativas al problema; otras desde hace varias décadas vienen trabajando en el fortalecimiento del espíritu empresarial en los jóvenes.

En la Universidad de La Salle, específicamente en el programa de Administración de Empresas Agropecuarias (AEA), en los últimos seis años –como parte de la formación de futuros profesionales– se ha desarrollado una estrategia para la construcción de proyectos empresariales que busca en cada semestre contribuir a la generación de una cultura empresarial para el sector agropecuario. Por ello, cabe preguntarse: ¿Cuál es la capacidad emprendedora del estudiante del Programa de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad de La Salle?

La investigación para responder esta pregunta asume como objeto de indagación personas concretas con una etología y un imaginario específico e individualizado, que se convierte en el fenómeno por estudiar. Desde esta perspectiva se ha formulado el siguiente objetivo general: interpretar los atributos de la capacidad emprendedora de los estudiantes del Programa

de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad de La Salle. Para alcanzar este objetivo se hace necesario realizar un análisis de las variables asociadas con la capacidad emprendedora de los estudiantes del programa, establecer su perfil emprendedor, evidenciar sus fortalezas y debilidades e identificar horizontes académicos que consoliden la construcción de una cultura emprendedora en el currículo del programa y que propenda por su calidad.

Por lo anterior, la investigación asumió la siguiente hipótesis de trabajo: los estudiantes de pregrado en Administración de Empresas Agropecuarias cuentan con atributos que manifiestan una capacidad emprendedora base para la iniciativa empresarial. La investigación tomó como referente ciertos componentes y atributos psico-organizacionales, asociados con la potencial capacidad de crear empresa y que permitan a su vez, interpretar en alguna medida la forma como los jóvenes los asumen para consolidar su talento emprendedor.

Metodología y métodos

El enfoque epistemológico que subyace al proyecto es de tipo descriptivo, puesto que explica la situación actual de la capacidad emprendedora de los estudiantes objeto de estudio, el cual busca especificar sus características y perfil; es decir, busca recolectar información sobre diferentes fenómenos de interés mediante cuestiones (preguntas) para proceder a evidenciarlas.

A partir de una población (N), se establece el tamaño de muestra (n) aleatoria simple probabilística⁶, en la cual cualquier miembro de la población puede ser escogido y su aporte

⁶ Su formulación es la siguiente: $X/1+(X/N)$, donde: $X=Z^2(P)(1-P)/E^2$.

de información es unipersonal. La unidad de análisis está constituida por una población total de 234 estudiantes para 2006, de los cuales 69% son hombres y 31% mujeres; al aplicar la fórmula correspondiente, se obtuvo una muestra $n = 90$; sin embargo, se recogieron 104 formularios que reportan un 1,2% adicional que favorece la confianza sobre la información colectada. En la muestra, los géneros quedaron representados por 65 hombres, es decir, 62,5%, y 39 mujeres, el restante 37,5%.

El formulario empleado es una adaptación del implementado por el SENA para su programa de emprendimiento en 2005 e incorporado al módulo sobre fundamentación para el emprendimiento, con el objeto de establecer el perfil del emprendedor. Este instrumento consta de 64 preguntas cuyas respuestas se señalan en una tabla cuyo eje horizontal (X) presenta 4 componentes, mientras en el eje vertical (Y) hay un total de 8 atributos, relacionados con la personalidad del emprendedor.

Para efectos de interpretación, los análisis por cuadrante, fila, columna y total, se evalúan mediante un semáforo (rojo, verde y amarillo) similar a la metodología del ábaco de Raignier. Adicionalmente, para el análisis se adopta el escalamiento tipo Rensis Likert (1969), con puntuación única para cada objeto de actitud y aplicación autoadministrada⁷. Adicionalmente y como medio para establecer un perfil consolidado e integrador sobre la muestra poblacional estudiada, se desarrolla un escalograma Guttman.

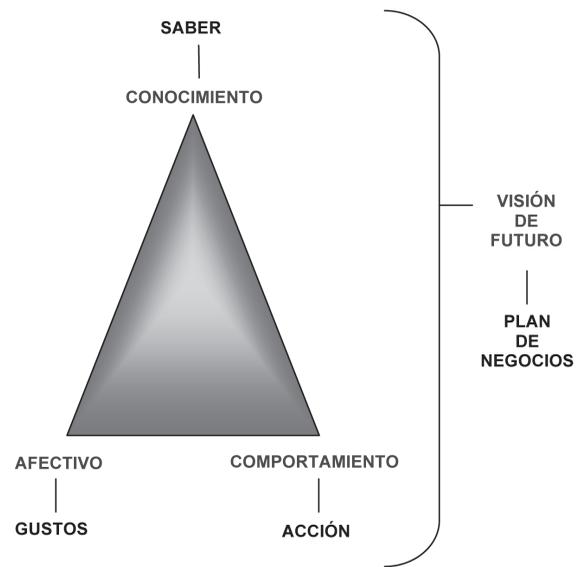
Los componentes son los siguientes:

⁷ De conformidad con Hernández, Roberto, Fernández-Collado, Carlos y Baptista Pilar (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill. 4ª edición. México. pp. 341 - 350.

- a. La cognición, según Lahey (1999), define todos los procesos intelectuales mediante los cuales la persona obtiene, transforma, almacena recupera y utiliza la información.
- b. La afectividad, asociada con emociones y sentimientos de inclinación por alguien o por algo, llega a determinar dedicación e involucramiento; se puede decir que un emprendedor posee buena inteligencia emocional si posee la capacidad de sentir, entender y aplicar eficazmente el poder y la agudeza de las emociones como fuente de energía humana, información, conexión e influencia (Cooper, 1998).
- c. El comportamiento (conducta) no sólo corresponde al proceder o respuesta voluntaria o involuntaria de una persona en relación con la moral, determinadas reglas sociales y lo emocional, sino también ante estímulos; por tanto, es una manifestación interno-externa, real y eventualmente observable en el entorno que la rodea⁸.
- d. La visión de futuro está constituida por motivos orientadores que, de acuerdo con Toro y Ortégón (2002), se expresan en planes y proyectos elaborados conscientemente por el sujeto y orientados por fines estables ubicados en una dimensión futura, lo cual exige del sujeto un proceso de reflexión y razonamiento permanente que le permita comprender la efectividad mediata de dichos motivos.

La integración de estos componentes se puede apreciar en la figura 1.

Figura 1. Integración de componentes.



Fuente: Estudio de caso.

El estudio incorpora ocho atributos, a saber:

- a. La solución de problemas, entendida como la capacidad del emprendedor para utilizar conceptos, conocimientos, experiencias e información a fin de lograr un objetivo cuya consecución sea impedida de alguna manera por un obstáculo. Según Lahey (1999), las operaciones cognitivas que intervienen en la solución de problemas son de tres tipos y deben realizarse de manera sucesiva: en primer lugar, el emprendedor debe percibir el problema y plantearlo, para definir qué tipo de problema enfrenta; en segundo lugar, evaluar los elementos del problema y decidir con qué información y herramientas trabajará y, por último, generar una lista de soluciones y evaluarla. El proceso exige romper las rutinas mentales, ya que a menudo los problemas exigen un nuevo uso flexible de sus elementos constitutivos.
- b. La toma de decisiones. El emprendedor asume decisiones en muchos casos de alto riesgo incluso en ambientes de incertidum-

⁸ El referente es Watson (1924), pues su definición quizá es la más difundida en la psicología organizacional.

- bre. Zepeda (1999) considera que el entorno le exige determinar hasta dónde llega su capacidad para hacerlo y cuándo recurrir al apoyo de otros de tal manera que mediante sus conocimientos técnicos, experticia y criterio pueda participar de cierta actividad. En todos los casos es necesario identificar opciones o alternativas, claridad en los objetivos, asimilar uno o varios métodos para ponderar alternativas, elegir la mejor y evaluar el impacto de la decisión tomada.
- c. La gerencia del riesgo, entendida como la capacidad para identificarlo y dimensionarlo, con base en la cantidad y calidad de la información disponible, en función de reducir el nivel de incertidumbre y, a su vez, comprender el horizonte de éxito o fracaso en la toma de una decisión.
 - d. La aprobación social constituye un requerimiento del emprendedor para lograr, por parte del otro, la aceptación de sus ideas, el involucramiento y el compromiso que implica emprender un proyecto en el cual están en juego diferentes intereses e inciertas posibilidades. Para efectos del estudio, la aprobación social se integra con la capacidad para influenciar y persuadir al otro.
 - e. La practicidad está relacionada con la objetividad y la capacidad del emprendedor para construir su imaginario de la realidad de manera concreta, de tal suerte que sus reflexiones superen el plano de los conceptos y lleguen a la acción como medio fundamental para obtener utilidad.
 - f. La integralidad perceptual (percepción) se entiende como la capacidad relacional de la persona para ver la realidad como un todo y sus partes. Le permite organizar e interpretar información; asume para el emprendedor la capacidad de poner en juego

motivación, experiencia y aprendizaje, a fin de organizar aspectos dispersos, articulándolos debidamente para darle sentido a la realidad o a la situación específica que se está interpretando.

- g. El pensamiento creativo se asume como la capacidad de producir ideas o productos nuevos que se valoran socialmente por ser útiles. La persona creativa además de usar el pensamiento convergente que es lógico, atendido a los hechos y convencional, usa el pensamiento divergente, no convencional para obtener soluciones que se evalúan subjetivamente.
- h. La tolerancia a la frustración o aptitud de la persona (emprendedor) para soportar una frustración sin recurrir a respuestas o respaldos inadecuados. La frustración es aquella situación en que la persona encuentra un obstáculo más o menos insuperable en el camino a la satisfacción de una necesidad.

Ahora bien, la arquitectura estadística para el manejo y análisis de la información primaria –obtenida a partir del muestreo– aplicó medidas de tendencia central (mediana, moda, media y cuartiles 1, 2 y 3)⁹, así como medidas de dispersión (varianza, desviación estándar y coeficiente de variación)¹⁰, para cada uno de los componentes y atributos tenidos en cuenta. La articulación entre los cuatro componentes y los ocho atributos descritos, se llevó a cabo en una malla relacional, conforme se indica en la figura 2.

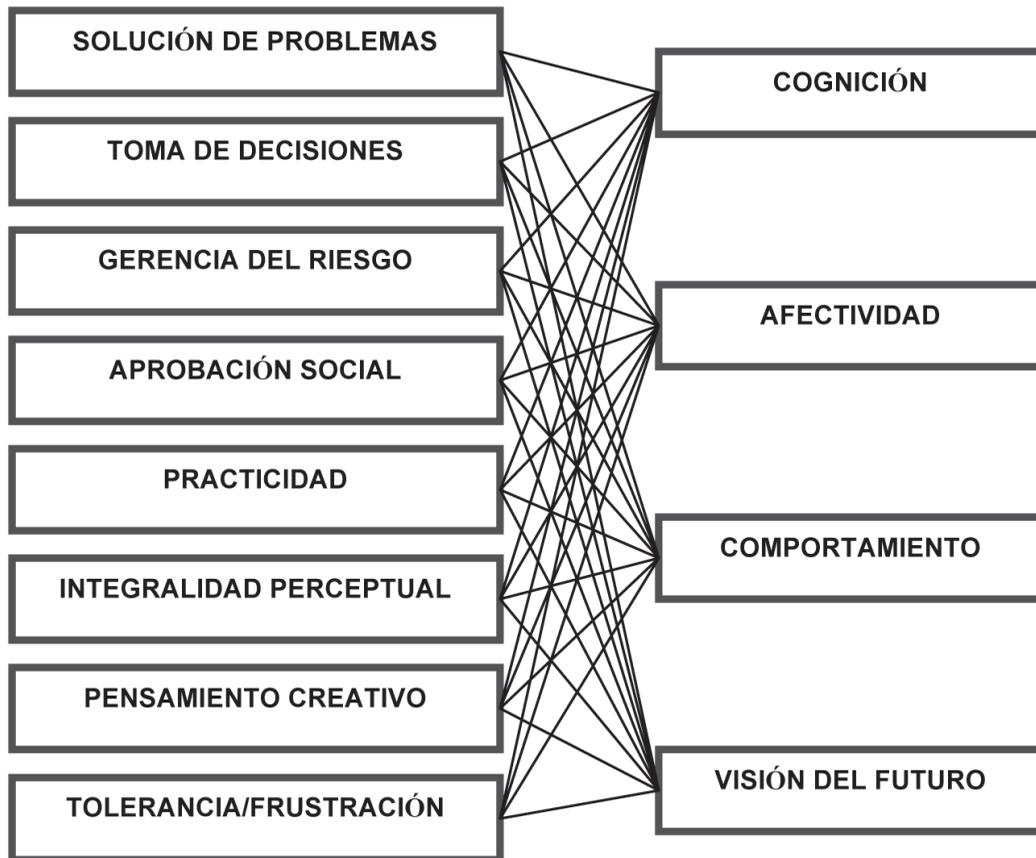
⁹ Las medidas de tendencia central permiten describir y sintetizar mediante una cifra única la posición de un valor en la variable; es un valor que intenta resumir las características relevantes de un conjunto de valores.

¹⁰ Se emplean para establecer el grado de variabilidad de los datos con respecto a un promedio. Permiten comprender cómo se distribuyen los datos alrededor del promedio.

Finalmente, la prueba de la hipótesis objeto de estudio, se desarrolló con el método π (pi) para una cola, donde se asume que los estudiantes cuentan con atributos que manifiestan capaci-

dad emprendedora, es decir, si $H_0 = \pi \geq 0,75$. En caso contrario, se aprueba la hipótesis nula, $H_a = \pi < 0,75$.

Figura 2. Articulación componentes-atributos.



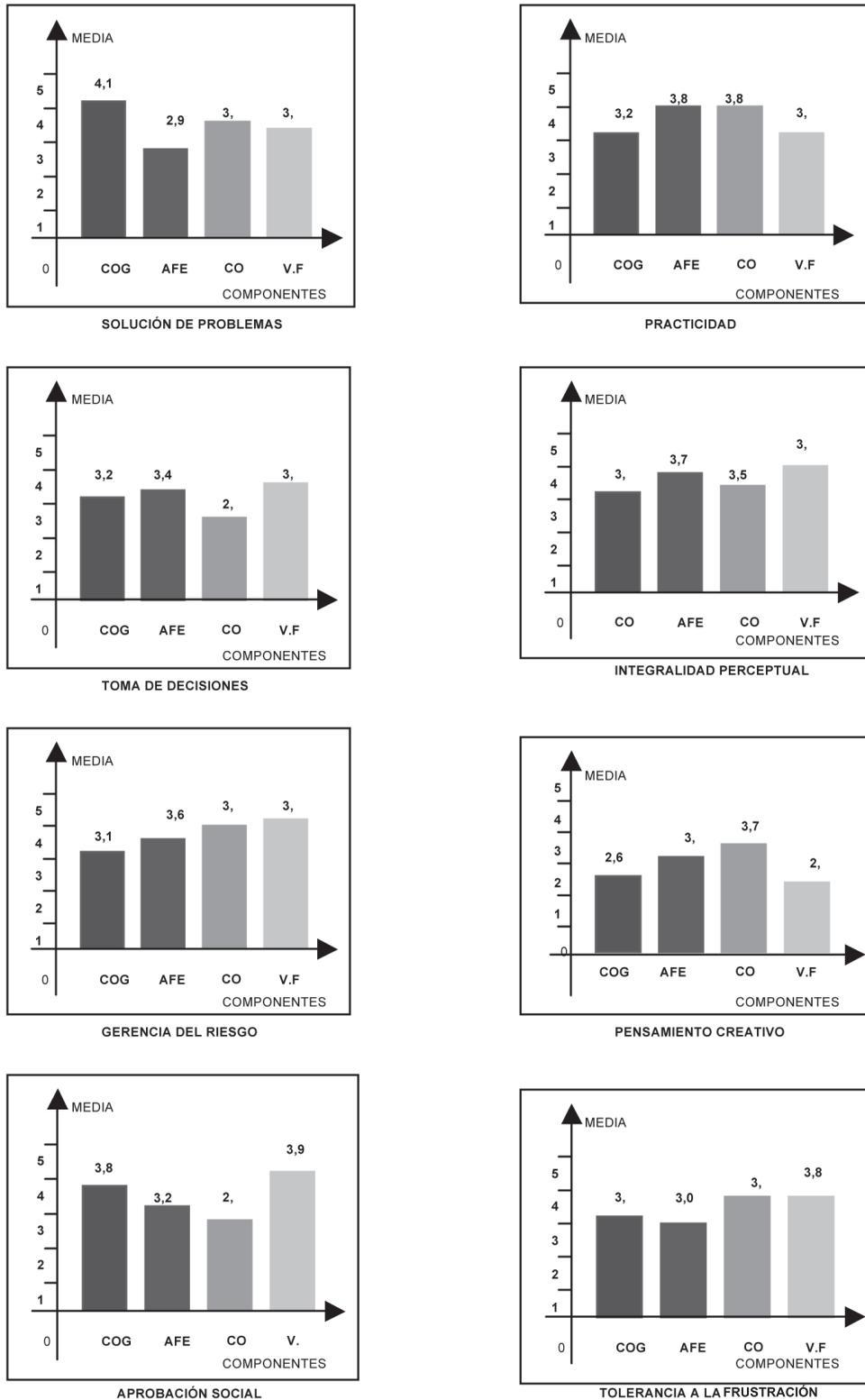
Fuente: Estudio de caso.

Resultados

Del análisis relacional se obtuvieron resultados sobre las preferencias de los jóvenes por determinados componentes para potenciar sus atributos. Asimismo, se observa que la indiferencia frente a alguno de tales componentes no es radical; es decir, consideran que si bien no es su preferencia, tiene alguna importancia en el acto emprendedor (figura 3).

Igualmente, se observa una gran cohesión entre lo manifestado con la medición por cuartiles (<4), la media para cada uno de los componentes y atributos (con resultados entre 3 y 4) y la escala Likert ($= 3$), lo cual manifiesta homogeneidad en cuanto a lo que consideran importante en su capacidad emprendedora.

Figura 3. Análisis relacional consolidado.



Fuente: Estudio de caso.

En efecto, se observó una alta importancia dada por los jóvenes a la visión de futuro como medio para sustentar su capacidad de emprendimiento. La preparación consciente, reflexiva y razonada (conocimiento) de planes y proyectos con todo lo que implican, para acoger oportunidades que buscan, a su vez, fines de estabilidad a futuro (preferiblemente en el corto o mediano plazo), es un componente de su interés, quizá porque manifiesta de alguna manera acción (comportamiento) y compromiso con sus propias ideas (afectividad).

Por tanto, el conocimiento lo circunscriben a la información pertinente para lograr sus proyectos y disminuir el riesgo de ponerlos en práctica.

La afectividad la relacionan fuertemente con el gusto por llevar a cabo ideas propias, con espíritu de libertad, en el cual el comportamiento se relaciona preferentemente con la respuesta a estímulos de mercado y oportunidades de negocio.

La preferencia por el componente visión de futuro es innegable, pero en alguna proporción consideran que no es suficiente para afrontar las exigencias del emprendimiento, lo cual los conduce a buscar en los demás componentes un apoyo compensatorio (tabla 1); así, tratan de fortalecerla con la afectividad en un 33%, con el comportamiento en un 50%, y con el conocimiento en un 17%.

Tabla 1. Integración compensatoria.

ATRIBUTOS \ COMPONENTES	BÁSICO	+ COMPENSATORIO	=
SOLUCIÓN DE PROBLEMAS	COGNICIÓN		E M P R E N D I M I E N T O
TOMA DE DECISIONES	VISIÓN DE FUTURO	AFECTIVIDAD	
GERENCIA DEL RIESGO	VISIÓN DE FUTURO	AFECTIVIDAD Y COMPORTAMIENTO	
APROBACIÓN SOCIAL	VISIÓN DE FUTURO	COGNICIÓN	
PRACTICIDAD	AFECTIVIDAD Y COMPORTAMIENTO		
INTEGRALIDAD PERCEPTUAL	VISIÓN DE FUTURO	AFECTIVIDAD Y COMPORTAMIENTO	
PENSAMIENTO CREATIVO	COMPORTAMIENTO		
TOLERANCIA A LA FRUSTRACIÓN	VISIÓN DE FUTURO Y COMPORTAMIENTO		

Fuente: Estudio de caso.

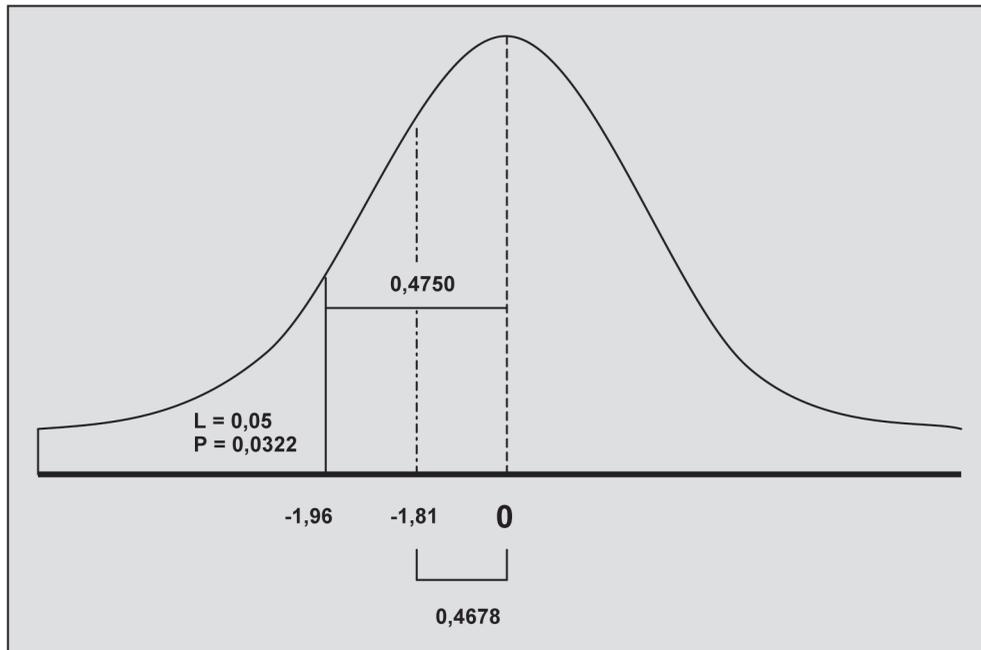
Con el ánimo de saber si los jóvenes objeto de estudio dan prioridad y manejan sus componentes y atributos, bien sea de manera natural o

asimilada, y esto se constituye en una capacidad emprendedora real para asumir iniciativa empresarial efectiva, un resultado enmarcado en

$P(-1,96 < Z < 0) = 0,4750$ supone una aceptación de la hipótesis H_0 , lo cual demuestra que los estudiantes del Programa de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad

de La Salle, sí cuentan en alguna medida con atributos para ser emprendedores, o creadores de empresa (figura 4).

Figura 4. Prueba de hipótesis H_0 .



Fuente: Estudio de caso.

Discusión

La volatilidad del cambio queda manifiesta cuando, a juicio de expertos, el volumen de conocimientos e inventos logrados en los últimos 30 años, supera con creces todo lo hecho por la humanidad en los 300 años anteriores; es decir, que en una décima parte de la historia actual, la renovación del saber se manifiesta incesante, sistemática y altamente acelerada. De allí surge la necesidad de estar atentos y ser flexibles ante los repentinos cambios. Es necesario estar actualizados, pues en esos cambios cabalgan las nuevas oportunidades de negocios, la multiplicidad de emprendimientos, físicos o virtuales y el progreso.

Jacobs, citado por Varela (2001), sostiene que el desarrollo económico (progreso) no se produce de manera circunstancial en cualquier lugar o por decreto; éste surge en personas, lugares y momentos específicos. Por tanto, el desarrollo debe convertirse en un proceso dinámico, que trascienda los indicadores de empleo e ingreso y busque el desarrollo del talento humano para que le imprima al sistema social, capacidad para ofrecer respuestas autogeneradas en función de una continua y creciente calidad de vida.

Una de las respuestas autogeneradas con que debe contar el sistema social, radica en la capacidad de emprendimiento; desde allí es posible construir vías que permitan la democratización

del saber, los recursos y las oportunidades, puesto que el desarrollo de la plataforma industrial de un país genera cambios en la estructura económica de la producción y la visión de futuro de la sociedad.

No obstante, ese emprendimiento (por necesidad o por oportunidad) debe contar con medios académicos (formativos) y monetarios (inversión nueva) que garanticen su permanencia y continuidad. De esta manera, cobra sentido investigar el emprendimiento juvenil, con el objeto de conocer las posibles expectativas de progreso a partir del talento humano con que se cuenta.

Si bien es cierto que los negocios de los jóvenes nacen pequeños, presentan menos riesgos y en caso de cumplirse el temor al fracaso, su recuperación es relativamente más fácil; no por ello su puesta en marcha, permanencia y crecimiento, dejan de ser procesos complejos cuando desempeñan un papel preponderante los componentes, los atributos, así como el espectro de relaciones entre sí, que constituyen la base de un joven emprendedor acorde con las necesidades actuales.

Desde esta perspectiva, el estudiante de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad de La Salle, construye su capacidad empresarial y visión de futuro, con una mezcla constituida en un 33% por afectividad hacia sus proyectos, 50% en comportamiento o respuesta a estímulos y oportunidades, y 17% de conocimiento formativo o empírico. Pudiera parecer una técnica abstracta y para muchos la típica excentricidad juvenil, pero no es así, si se considera la celeridad con que se dan los cambios en el mundo actual.

Los jóvenes necesitan aprender rápidamente lo práctico y útil, son oportunistas, no se com-

prometen con nada fuera de su línea de interés personal, evitan los riesgos con sus responsabilidades conexas y tratan de encontrar nichos fáciles de explotar, porque hay que volverse millonario tan rápido como gira el mundo. De modo que su mezcla de componentes conserva cierta lógica.

Ahora bien, desde los atributos el tema no es muy diferente, pues el perfil deja en claro que en orden de importancia, para ser emprendedor se requiere primero arriesgarse a ser gerente y gerenciar el riesgo, una posición bastante schumpeteriana, acompañada en segundo lugar por la habilidad y destrezas relacionadas con la solución de problemas, la practicidad y la integralidad perceptual del entorno.

En tercer lugar, aparece el interés por el manejo de la tolerancia a la frustración y la importancia empresarial de la aprobación social. En cuarto lugar, incluyen la toma de decisiones. No es un lugar preferente para administradores, pero es indiscutible que la decisión de acometer un proyecto y, como lo enuncia el modelo de Shapero¹¹, vencer el temor al fracaso y a tener que cambiar su actividad actual, implica una carga psicológica importante, que pocos desean enfrentar en primera instancia.

Por último, los jóvenes asumen el pensamiento creativo. Quizá es extraño pero cabe tener en cuenta la brecha tecnológica entre el mundo desarrollado y el mundo pobre, la "internetización" del saber, y si a esto se suma que la articulación del pensamiento convergente y divergente no es uno de los fuertes en la formación secundaria, se comienza a entender por qué generalmente a los jóvenes les resulta más fácil copiar o adaptar que crear. Paralelamente, la estandarización y normalización es algo que

¹¹ Citado por Varela (2001).

atrae; seguir normas, lineamientos o formulas mágicas preestablecidas, es un espacio de comodidad frente a tener que proponer cambios. Si ellos lanzan ideas, lo hacen igualmente donde sean aceptadas, viabilizadas, no sujetas a debate y posible rechazo. Costumbre que, en alguna medida, riñe con el desarrollo de la personalidad proactiva, el pensamiento creativo, la paciencia, la persistencia y la tolerancia a la frustración.

Sin embargo, los jóvenes poseen un 59% de relaciones componente/atributo favorables para el emprendimiento. Quizá por ello la prueba de la hipótesis Ho, confirma que los jóvenes objeto de estudio efectivamente cuentan con atributos de cierta valía para sustentar capacidad emprendedora, base de la iniciativa empresarial sin distingo de género. No obstante, puesto que los jóvenes presentan un margen de debilidad componente/atributo y, por consiguiente, de riesgo al fracaso del orden del 41%, se hace necesario abordar la enseñanza para el emprendimiento como medio que permita superar el déficit. En este punto se contempla una sugerencia de carácter ecléctico. Con el ánimo de favorecer la integración entre teoría y práctica, así como entre motivación y herramientas de aplicación, pero que a su vez

permita conceptualizar y diferenciar claramente los terrenos del emprendimiento y de la administración de empresas, resulta atractivo pensar en una articulación rigurosa, entre un diseño curricular constructivista fundamentado en competencias, esquemas de aprendizaje, estrategias pedagógicas pertinentes, productos y mecanismos de evaluación, como el modelo de Jeffrey Timmons¹².

En efecto, su construcción debe hacerse teniendo en cuenta la importancia de un proceso formativo que responda debidamente a las externalidades nacidas en la posibilidad del cambio permanente, la adaptabilidad a eventos, la flexibilidad a corto plazo, la participación activa del colectivo, el desarrollo de la creatividad y la innovación, el fortalecimiento de la responsabilidad y la actualización en contexto, para no perder de vista la citada volatilidad del cambio.

Agradecimientos

A la doctora Claudia Patricia Álvarez Ochoa, por su desempeño como coinvestigadora y a la doctora María Tatiana Pongutá Forero, en su tarea de asistente investigadora.

¹² Jeffrey Timmons, profesor de emprendimiento de *Harvard Business School*, *Babson College* y *Northwestern University*, elaboró un modelo para la creación de empresas basado en el mercado, las personas y los recursos, cuyo fundamento esencial son las capacidades adquiribles.

Referencias

- Colciencias (2005). Observatorio de investigación. *Barómetro*. Bogotá: Colciencias. N° 1.
- Cooper, R. (1998). *La inteligencia emocional aplicada al liderazgo y a las organizaciones*. Bogotá: Norma.
- Dane (2005). *Censo Nacional de Población*. En: www.dane.gov.co, agosto 17 de 2006, Bogotá. (Consultado noviembre 3 de 2006).
- Hernández, R. Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill, 4ª edición.
- Lahey, B. (1999). *Introducción a la psicología*. Madrid: McGraw-Hill.
- Likert, R. (1969). *Un nuevo método de dirección y gestión*. Bilbao: Deusto.
- República de Colombia (2005). *Desempleo nacional*. En: www.minproteccionsocial.gov.co, abril 1 de 2005, Medellín (Consultado noviembre 3 de 2006).
- Sena (2006.) *Sensibilidad para el emprendimiento*. Bogotá: División de Desarrollo y Gestión Empresarial.
- Toro, J. y Ortegón A. M. (2002). *Jóvenes: construcción de proyectos vitales una opción para emprender*. Bogotá: Universidad EAN.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá: Prentice Hall.
- Watson, J. B. (1924). *Behaviorism*. New York: Norton.
- Webster, A. L. (2000). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. 3ª Edición, Bogotá: McGraw-Hill.
- Zepeda, F. (1999). *Psicología organizacional*. México: Pearson.