

2

FACTORES SOCIOCULTURALES Y TIPIFICACIÓN DE EMPRENDEDORES EN LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO¹

Neida AlbornozArias

Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas (Universidad de Córdoba – España). Especialista en Análisis Bursátil y Gestión de Carteras (IEB Madrid – España). Licenciada en Contaduría Pública (Universidad Católica del Táchira – Venezuela). Docente e investigadora de la Universidad Simón Bolívar - sede Cúcuta, Norte de Santander, Colombia. Docente e investigadora de la Universidad Católica del Táchira, San Cristóbal, Venezuela. Miembro del grupo de investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7851-5985>. Correo electrónico: n.albornoz@unisimonbolivar.edu.co

Andry Faisury Pabón Rodríguez

Contador Público (Universidad Francisco de Paula Santander – Colombia). Normalista Superior (Normal Superior María Auxiliadora – Cúcuta – Colombia). Maestrante en Educación (Universidad Simón Bolívar – Cúcuta). Docente en Básica Primaria (Institución Educativa José Aquilino Durán – Cúcuta – Colombia). Correo electrónico: andry_0925@hotmail.com

Liliana Jaimes Tolosa

Administradora de Empresas (en formación) Universidad Simón Bolívar (Cúcuta). Miembro del semillero CONEXEM del Programa de Administración de Empresas de la Universidad Simón Bolívar. Correo electrónico: lilianajaimes0727@gmail.com

Resumen

La actividad de emprendimiento genera un movimiento económico y promueve el desarrollo regional y nacional. El objetivo del presente capítulo estudiar el emprendimiento en los países de la alianza del pacífico desde los factores socioculturales, competencias del emprendedor y su tipología así como el emprendimiento por necesidad vs. Oportunidad, según indicadores del informe *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2015-16). Se desarrolló bajo el paradigma de la investigación interpretativista comprensivo y enfoque cualitativo. Entre los principales hallazgos, se evidenció que México es el país con el mayor porcentaje de emprendimiento por oportunidad pero también es el país donde se requiere mayor apoyo por parte del Estado, hacia los emprendedores nacientes y nuevos emprendedores.

¹ El presente capítulo se realiza en el marco del proyecto: Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional del Norte de Santander, de la Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta. Fecha de inicio: 16 de enero de 2017. Fecha de finalización: 31 de diciembre de 2017.

Palabras clave: emprendimiento, desarrollo económico, emprendimiento por oportunidad, emprendimiento por necesidad.

Sociocultural factors and typification of entrepreneurs in the pacific alliance countries

Abstract

The entrepreneurship activity generates an economic movement and promotes regional and national development. The objective of this chapter is to study entrepreneurship in the countries of the pacific alliance from sociocultural factors, entrepreneurial skills and their typology as well as entrepreneurship by necessity Vs. Opportunity, according to indicators in the Global Entrepreneurship Monitor report (GEM 2015-16). It was developed under the paradigm of comprehensive interpretive research and qualitative approach. Among the main findings, it was evident that Mexico is the country with the highest percentage of entrepreneurship per opportunity but it is also the country where more support from the state is required, towards nascent entrepreneurs and new entrepreneurs.

Keywords: entrepreneurship, economic development, entrepreneurship by opportunity, entrepreneurship by necessity.

Introducción

El emprendimiento es una de las actividades que genera crecimiento y desarrollo en la economía local y nacional de los países (Schumpeter, 1961), el crecimiento de la economía empresarial se relaciona con un país dinámico con alta entrada y salida de nuevos negocios (Romero-Martínez y Milone, 2016)., de ahí que en la actualidad diversas investigaciones indagan sobre los factores y las características que motivan a los emprendedores a generar una oportunidad de negocio.

La actividad de emprendimiento puede definirse desde diversos puntos de vista, siendo para Moreno y Olmos (2010), un término abordado desde los factores comportamentales, económicos, psicológicos, sociales, entre otros. Por su parte Pereira (2007), expone ser abordado desde las disciplinas: **económica** en la cual los principales referentes son Cantillon, Hayek y Schumpeter entre los años 30 y 60., también desde el estudio de

los **rasgos del carácter** de los emprendedores que se inició en los años 80., posteriormente desde el enfoque de la **estrategia** donde su desarrollo se ubica entre mediados de los años 1980 y 2000 y por último desde el estudio desde las **opciones sistemáticas y humanísticas**, trabajos que se desarrollaron después del año 2000.

Indistintamente del enfoque bajo el cual se estudie en emprendimiento, claramente se refiere a una actividad que desarrolla un emprendedor o persona con la cualidad de descubrir y aprovechar oportunidades que otros no ven, asumen algún riesgo, invierten recursos y explotan la oportunidad (Liñán, Fernández-Serrano y Romero, 2013., Nuño, 2012).

El emprendimiento como actividad empresarial genera valor en el mercado y desde una cultura de emprendimiento puede apreciarse la originalidad y la creatividad ante el reconocimiento de oportunidades de mercado., sin embargo para Chen, Chang, Wang y Chen (2017), los emprendedores deberían contar con ciertas competencias que faciliten el proceso de emprendimiento, porque dependiendo del contexto, estas competencias pueden establecerse desde dos motivaciones para emprender: 1) emprender por oportunidad o 2) emprender por necesidad.

Por lo antes comentado, el presente capítulo se desarrolló bajo el paradigma interpretativista-comprensivo, enfoque cualitativo, se empleó el análisis hermenéutico a partir de referentes teóricos consultados que abordan el estudio de factores socioculturales para el emprendimiento, competencias y emprendimiento por necesidad vs. Emprendimiento por oportunidad. Así mismo, se realizó la consulta de los indicadores secundarios del informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2015-16), a fin de comparar las bases teóricas e indicadores que permitan dar respuestas a las preguntas de investigación formuladas: ¿Cuáles son los factores socioculturales que influyen en el emprendimiento? ¿Cuáles son las competencias para el emprendimiento? ¿Cuál es la diferencia entre el emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad? ¿Cuáles son los resultados en el informe GEM 2015-16 en

cuanto a factores socioculturales y tipificación de emprendedores en los países de la Alianza del Pacífico?

Factores socioculturales y el emprendimiento

El contexto social y cultural de quienes optan por la actividad emprendedora surge como condicionante para el mercado donde confluyen la demanda y oferta., así mismo la identificación de una necesidad en un escenario social puede llegar a ser suplida mediante la implementación de una idea asertiva (Aguilar-Barreto, Jaimes y Rodríguez, 2017). Por lo tanto el emprendimiento ha surgido más que como una decisión y acción basada en la falta de oportunidades laborales (Latin Trade, 2014).

Por su parte Apetrei, Ribeiro, Roig y Mas (2013), expresan que la cultura puede influir en el espíritu empresarial puesto que una cultura que apoye y legitime la actividad empresarial y valore las actividades de emprendimiento, así como los valores organizacionales, conducen a que los individuos se sientan más motivadas a emprender. Y por tanto a contribuir en la economía social, la creación de empleo y la innovación.

Es así como las motivaciones que originan un emprendimiento surgen a partir de las realidades sociales y culturales de los individuos y su entorno, entre otras: un mercado laboral competitivo, la exigencia de una cualificación laboral, los altos requerimientos de especialización, los bajos salarios, la falta de seguridad laboral y prestaciones sociales, la escasa oportunidad de encontrar un empleo que satisfaga las necesidades de calidad de vida de los trabajadores (Vasconcellos, Silva y Francisco, 2014).

El emprendimiento por tanto surge como una condición que propia un movimiento económico constante, la generación de empleos, la adquisición de un ingreso económico y de una sostenibilidad y seguridad laboral (Schumpeter, 1961., Schumpeter, 1934), orientado principalmente a superar el desempleo y mejorar las condiciones vida de la población.

Para Torres (2011), el miedo no es la única barrera para quienes

deciden comenzar sus propios negocios, puesto que el contexto socioeconómico local, por lo cual el financiamiento, un correcto plan de negocios, el posicionamiento de marca, y una adecuada cualificación laboral son algunos de los retos más influyentes al momento de emprender.

Cabe destacar que el contexto social donde el impulso de la cultura del autoempleo y empleo formal emerge del emprendimiento, es un factor positivo sin embargo es necesario propiciar apoyo económico y material que generalmente no se encuentran al alcance de los emprendedores (especialmente en emprendedores por necesidad), mediante el acceso a financiamiento, al mercado de bienes y servicios y acceso a infraestructura de transporte y tecnología (Shane, Locke y Collins, 2003).

Otro de los aspectos socioculturales frente al emprendimiento, se destaca el papel de mujer que según Chaquiriand (2014), en países de Latinoamérica existe un desbalance entre la actividad emprendedora femenina y masculina. Factores como el género resultan incidentes en el proceso de emprendimiento, elementos como la ausencia de confianza y acceso a capital afectan su motivación hacia la actividad emprendedora.

Competencias para el emprendimiento

La adquisición de competencias, habilidades y destrezas propicia la productividad y la competencia laboral eficaz. Ahora bien las competencias requeridas no solo se perciben desde la necesidad de una alta cualificación laboral, sino también de la formación integral humana del emprendedor. No obstante el emprendimiento que verdaderamente contribuye con el crecimiento económico es aquel que está acompañado de la función de innovación, el cual ciertamente demanda formación y desarrollo de capacidades técnicas, intuición y estrategia del emprendedor y su equipo de trabajo (Schumpeter, 1961).

Las competencias para un emprendimiento están asociadas a las cualidades personales del emprendedor las cuales se sinterizan en la Tabla 1.

Tabla 1.
Cualidades emprendedoras

Cualidad emprendedora	Concepto
Pasión	La pasión la posee una persona cuando ama lo que hace y para amar lo que se hace, debe sentirse el impulso del espíritu, le resulta fácil hacer las actividades del proyecto con placer y confianza (Freire, 2005)
Visión	Se refiere a la actitud proactiva reflejada en una perspectiva de futuro, que lo impulsa a desarrollar nuevos productos o servicios o mejorar los actuales., actuando de manera anticipada frente a las oportunidades o cambios (Yitshaki y Kropp 2016.,Hughes y Morgan, 2007).
Capacidad de aprendizaje	El resultado y triunfo de emprender depende de la las ideas y la ejecución de elementos de aprendizaje, es decir, el asumir el control sobre la cultura que está sujeta a reglas simbólicas (Ries, 2011., Sarasvathy, 2001).
Logro de resultados	Este rasgo también se conoce como necesidad de logro y se relaciona con el impulso a sobresalir en comparación con un estándar (McClellan, 1961 citado por Robbins, 1999). El individuo está impulsado a trabajar por la excelencia (Robbins, 1999) e implica la constancia para trabajar día a día por lograr los objetivos planteados (Yitshaki y Kropp, 2016.,Enciso, 2010., López, Montilla y Briceño, 2007).
Determinación	Se refiere a la fuerza interior que impulsa al individuo a alcanzar una meta u objetivo, de manera voluntaria, con perseverancia y pasión., comprende la suma de la intención, ambición y disciplina (Grant-Halvorson, 2012).
Creatividad e innovación	La inclinación de un individuo hacia la innovación se observa cuando manifiesta la voluntad para apoyar nuevas ideas, novedosas, de manera creativa con la finalidad de crear nuevos productos o servicios (Schumpeter, 1961., Lumpkin y Dess, 1996).
Persistencia	Comprende la capacidad de mantenerse firme en la decisión de lograr el objetivo planteado en el negocio e insistir las veces que sea necesario para sacar adelante el proyecto (Cordero, Astudillo, Delgado, Amón y Carpio, 2011).
Trabajo en equipo	Se refiere a la capacidad para ser parte de un colectivo y trabajar en colaboración con otros, enfocado en lograr objetivos comunes que beneficien a algunos (Duarte y Tibana, 2009).

Liderazgo	Es una cualidad a desarrollar por los emprendedores y se refiere a la capacidad que tiene para influir en otros para que realicen sus tareas y así lograr un objetivo común (Castellanos, Chávez y Jiménez, 2003).
Autoestima	Se refiere a cómo un individuo se siente acerca de sí mismo., a cómo los pensamientos y sentimientos de valoración y aceptación que cada persona tiene de sí misma., cambia y es mejorable, aunque está influida por su motivación (Rodríguez y Caño, 2012., Ferkany, 2008).
Asume riesgo	La tarea de explorar y descubrir nuevas oportunidades de negocio implica para el emprendedor adoptar conductas arriesgadas (involucra desde perder el capital hasta el daño psicológico como frustración, decepción, pesimismo), especialmente cuando se desean mayores recompensas (Enciso, 2010., López, Montilla y Briceño, 2007., Lumpkin y Dess, 1996).
Organización y planificación	Se refiere a la cualidad del emprendedor capaz de diseñar un plan organizado para obtener un objetivo determinado, al momento de poner en marcha un proyecto (Martínez-Caro y Cegarra-Navarro, 2012).

Fuente: elaboración de las autoras

Por lo tanto es necesario que el emprendedor posea un carácter firme y cuente con una serie de cualidades que más allá de lo académico, reafirman su valor como persona con valor ético, que pueden ofrecer seguridad a sus inversionistas y a sus clientes.

De igual manera el emprendedor debe tener la capacidad de realizar contactos con otras personas del entorno, participar en redes relacionales presentes en su entorno (Cárdenas, Guzmán, Sánchez, y Vanegas, 2015., Salinas y Osorio, 2012., Rodríguez y Jiménez, 2005), con el objeto de tomar la información y transformarla en pro de su proyecto.

Emprendimiento por necesidad vs. Emprendimiento por oportunidad

La crisis resulta ser un factor que motiva el emprendimiento, puesto que en medio de una situación desfavorable se puede encontrar una oportunidad de crecimiento. Por esta razón Vargas (2010), expresa que el emprendimiento se relaciona de manera directa con las crisis, en las

cuales los problemas se convierten en oportunidades. Sin embargo este tipo de oportunidades que conlleva al emprendimiento puede asociarse a dos tipos de emprendimiento, uno que se dirige a la acción emprendedora a causa de la falta de oportunidades, siendo este el emprendimiento por necesidad, mientras existe otro tipo de emprendimiento aquel que identifica una oportunidad y sigue su intuición, así como un elaborado plan de mercadeo y de negocios, para convertir una idea en una realidad, mediante el logro de un propósito determinado.

El emprendimiento por necesidad resulta de una situación desfavorable del individuo, frustración o falta de oportunidades, que conlleva a un factor motivacional de empuje, al surgimiento y puesta en marcha de alternativas laborales con el fin de optar por un ingreso económico para mejorar la calidad de vida, frente a la escases de opciones y deseando solucionar una etapa de crisis (Yitshaki y Kropp, 2016).

Según, García-Cabrera, Déniz-Déniz, y Cuellar-Molina (2015), no solo la necesidad mueve a una persona a crear una empresa, sino que su autosuficiencia, su creatividad, autoestima, control y capacidad de asumir riesgos también se ven involucradas. Otros estudios plantean que la edad, el género y la experiencia del emprendedor también juegan un papel fundamental. Otro elemento determinante es la edad, según Romero-Martínez y Milone (2016), las personas menores de 35 años tienen actitud más positiva al emprendimiento comparado con las personas que se encuentra entre 35 y más años.

Por otra parte el emprendimiento por oportunidad surge del líder visionario que si bien cuenta con una posición estable, es capaz de identificar necesidades en el mercado laboral y fomentar iniciativas para suplir estos requerimientos. Asimismo se habla de una persona que es movida por un alto deseo de superación y autorrealización personal. Este tipo de emprendimiento se caracteriza por ser de tipo intuitivo (Vasconcellos, Silva Corrêa y Francisco, 2014).

Ahora bien Antúnez (2012), manifiesta que en el emprendimiento

por oportunidad, por lo general los emprendedores son personas creativas e innovadoras que siempre están atentos ante las oportunidades, por lo general anticipan una necesidad y procuran brindar una solución, en ocasiones sin realmente conocer de ante mano el tipo de impacto que puedan generar a nivel productivo.

Además puede destacarse que en el emprendimiento por oportunidad, los motivos más frecuentes que conlleva a iniciar un negocio son la autonomía o la independencia de ser sus propios jefes y poder liderar las decisiones del negocio. También motivos más psicológicos como la necesidad de logro, de poder y la autoeficacia (Rauch y Frese, 2007., Turker y Selcuk, 2009., Altinay, Madanoglu, Daniele y Lashley, 2012). Los emprendedores por oportunidad son más resistentes al cambio establece sus estrategias basados en el liderazgo y detectan en el fracaso una oportunidad de mejora.

Se puede rescatar que existen diversos factores del entorno que pueden inducir a los individuos a transformarse en emprendedores, como por ejemplo ser la única alternativa para sobrevivir, de ahí radica el caso del emprendimiento por necesidad a causa del desempleo. De igual manera el desempleo puede influir en el emprendimiento como oportunidad incentivando a los emprendedores a constituir nuevas empresas lo cual contribuye al crecimiento económico.

Sin embargo, el crecimiento económico y una cultura emprendedora que considera como positiva la creación de nuevas unidades de negocio y no penaliza el fracaso, robustecen los motivos anteriores al momento de convertirse en emprendedor (Evans y Leighton, 1990., Thurik, Carree, Van Stel y Audretsch, 2008., Kautonen y Palmroos, 2010).

Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Con el propósito de evaluar los factores socioculturales y la tipificación de los emprendedores de acuerdo con los referentes teóricos,

fue consultado el informe GEM 2015-16², considerando la información referente a los cuatro países de la Alianza del Pacífico (AP): Colombia, Chile, Perú y México. No obstante en este apartado se contextualiza al lector sobre el contenido de dicho informe y algunas de las variables que presentan anualmente.

El GEM como organismo que monitorea e identifica cómo se impacta el emprendimiento nacional e internacional, emplea una serie de variables conformadas por cuatro componentes, los cuales son el contexto social, cultural, político y económico de los países. Uno de los indicadores claves del GEM es la tasa total de emprendimiento (en inglés: *TEA, Total Entrepreneurial Activity*), la cual mide la tasa de actividad de empresarios nacientes.

Para efecto del GEM, el emprendimiento se refiere a “cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido” (Gómez et al., 2016, p. 10). De ahí que la actividad de emprendimiento se relacione con el crecimiento y el desarrollo económico de un país, puesto que se fomenta no solo una cultura emprendedora, sino la creación de empresas y la generación de empleo.

Entre los objetivos principales del GEM se encuentra:

Permitir comparaciones en los niveles y características de la actividad emprendedora entre diferentes economías, regiones geográficas y niveles de desarrollo económico., 2. Descubrir factores que estimulan o dificultan la actividad emprendedora, especialmente relacionadas con valores sociales, atributos personales y el ecosistema de emprendedor., 3. Proporcionar una plataforma para evaluar la medida en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico en cada economía individual., y 4. Guiar la formulación de políticas efectivas y específicas para estimular las capacidades emprendedoras en una

² El GEM es un proyecto de investigación que se originó en 1999, con el fin de analizar las iniciativas que facilitan o dificultan la actividad empresarial de los emprendedores. Colombia se vinculó en el año 2006.

economía (Bartesaghi, Silveira, Lasio, Varela, Veiga, Kew y Herrington, 2016).

El propósito principal de esta organización es identificar los datos y definir muestras nacionales y regionales con respecto a la actividad de emprendimiento, el GEM administra anualmente una encuesta a la población adulta (APS), dirigida a dos mil (2.000) adultos. También de manera complementaria, realizan la Encuesta Nacional de Expertos (NES), que reúne la opinión de expertos (mínimo 36 expertos por país) sobre los factores de crecimiento económico y el nivel de emprendimiento que inciden en las economías de los países asociados al GEM. Estos expertos responden al perfil de gobernantes, empresarios y académicos de los diversos sectores profesionales de las naciones miembro.

Así mismo, el GEM consulta: “las tasas de población, los niveles de ingresos, empleo y desempleo, inversión en investigación y desarrollo, infraestructura física y comercial, competitividad, indicadores de riesgo, niveles de corrupción, producto bruto per cápita y facilidad de hacer negocios dentro del país” (Bartesaghi, Silveira, Lasio, Varela, Veiga, Kew y Herrington, 2016, p. 25), los cuales son proporcionados por otras entidades aliadas como el Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), Naciones Unidas, UNESCO, entre otros.

Tipología de los emprendedores según el informe GEM 2015-16

Entre las etapas o indicadores de emprendimiento según el GEM se encuentran 8 factores. El primer factor: asociación socio – cultural se relaciona con la percepción positiva que existe alrededor del emprendimiento, de tal manera que se motiva la orientación profesional, el compromiso y la resiliencia en las personas., razón por la cual las iniciativas de comenzar y mantener un negocio aumentan de manera favorable frente al desarrollo y crecimiento económico de una sociedad.

El segundo indicador se relaciona con el porcentaje poblacional

que cuenta con el potencial para convertirse en un futuro empresario, siendo que este tipo de emprendedores tienen la facilidad de percibir las oportunidades y las iniciativas de tipo empresarial, sin permitir que el miedo se convierta en un impedimento para la consecución de sus metas.

Los **emprendedores intencionales** son aquellos que tienen la iniciativa de realizar una actividad empresarial de manera grupal, pero su proyección se establece dentro de los próximos tres años. Mientras los emprendedores intencionales se proyectan, los **emprendedores nacientes**, comienzan a ejecutar estrategias para ver realizada su idea de negocio, sin embargo, se encuentran en el momento inicial de su actividad emprendedora.

Los **nuevos emprendedores** por otra parte cuentan con una iniciativa empresarial cuyo proceso comenzó, ya cuentan con unas bases establecidas, infraestructura y personal, sin embargo su funcionamiento es mayor a los tres meses, pero inferior a los 4 años.

Otro de los indicadores se relaciona con **los empresarios** que ya se encuentran establecidos, es decir quienes llevan laborando en un negocio por más de 42 meses.

Entre los indicadores, que fueron revisados en este informe se encuentra la **actividad emprendedora en una fase temprana** basada o impulsada por la *necesidad*, y la actividad emprendedora de fase temprana impulsada por la *oportunidad*. Si bien el primer indicador mencionado con anterioridad surge del contexto y las condiciones de vida del emprendedor, así como de la escasa posibilidad de insertarse al mercado laboral, se describe como motivación impulsada por la supervivencia ya que no tiene otra opción de sobrevivir o un mejor trabajo. La actividad emprendedora por oportunidad surge de la visión de negocio que se identifica a partir de una necesidad descubierta, con el fin de optimizar recursos y ofrecer una idea innovadora a la sociedad, también se catalogan bajo este indicador, aquellas personas que teniendo un trabajo identifican la oportunidad de expandirse en nuevos negocios, mejorando así su calidad de vida.

Como se dijo antes, en el informe GEM fueron consultados los factores socioculturales y la tipificación de los emprendedores, considerando solo los países de la AP (Colombia, Chile, Perú y México)., por cuanto dicha Alianza entre países tiene entre sus objetivos estratégicos la acción conjunta para la promoción de la cooperación incentivando la competitividad e innovación de las PYMES (Abecé de la Alianza del Pacífico, s.f)., así como el fortalecimiento del emprendimiento o empresas emprendedoras a través de un ecosistema de innovación y emprendimiento, financiamiento, internacionalización del emprendimiento, formación sobre innovación y emprendimiento, transferencia de tecnología e impacto social del emprendimiento (Trujillo, 2014).

Indicadores del informe GEM 2015-16 de los países de la AP

Estos indicadores son de gran utilidad para develar el comportamiento de los emprendedores en las diferentes etapas, de igual manera para conocer cómo aquellos que aprobaron la etapa de intención de crear un negocio (emprendedores nacientes), optaron por iniciar sus negocios de manera menos empírica, es decir a través de una empresa constituida formalmente., y en qué se diferencian de aquellos que comenzaron a operar sus negocios pagando salarios para los mismos dueños o para empleados tipificados como nuevos emprendedores (Moreno y Olmos, 2010).

Ahora bien, dichos **emprendedores nacientes** se tipifican según el GEM, como aquellas personas que están en proceso de constituir una empresa, los cuales son considerados como elemento importante en la tasa de emprendimiento de los estudios en los países, ya que han superado la etapa de la idea del negocio y son quienes más pronto estarán en condiciones de iniciar las operaciones del negocio, aunque difícilmente en la realidad no todos llegan constituir su idea de negocio de una manera efectiva (Moreno y Olmos, 2010).

Utilizando la encuesta del GEM y ubicando la matriz de indicadores enfocados en los cuatro países de la AP, se identificaron las posibles diferencias entre las tipificaciones que se les da a los emprendedores.

Los indicadores del GEM también muestran que es más probable que los emprendedores por necesidad deseen volver al empleo remunerado ya que genera garantías más estables, pero si más adelante durante el desarrollo de su carrera como emprendedor descubre que la remuneración es más satisfactoria que el salario que puede llegar a ganar como empleado, hace que esta idea de volver a un empleo remunerado tienda a desaparecer, provocando así crear una empresa sólida que contribuya con el crecimiento económico y el desempleo del país, para esto el emprendedor necesita de nuevos conocimientos que le ayuden a perfeccionar su negocio, por lo tanto como lo indica Kautonen y Palmroos (2010), es necesaria la formación de los emprendedores en habilidades comerciales que les permita manejar un negocio viable económicamente y así incrementar su autosatisfacción de trabajar por cuenta propia.

De igual manera, se rescatan los factores socioculturales en la tasa de la actividad emprendedora en fase temprana, donde se muestran resultados positivos para la primera etapa de la llamada en el informe GEM tubería emprendedora.

Metodología

Este capítulo se desarrolló bajo el paradigma de la investigación interpretativista comprensivo, el enfoque de la investigación es cualitativo. El objeto de estudio se corresponde con los referentes teóricos (artículos científicos) consultados relacionados con el estudio de factores socioculturales para el emprendimiento, competencias o cualidades del emprendedor y emprendimiento por necesidad vs. emprendimiento por oportunidad., así como la consulta del informe *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2015-16), a fin de hallar las bases teóricas e indicadores que permitan dar respuestas a las preguntas de investigación formuladas: ¿Cuáles son los factores socioculturales que influyen en el emprendimiento? ¿Cuáles son las competencias para el emprendimiento? ¿Cuál es la diferencia entre el emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad? ¿Cuáles son los resultados en el informe GEM 2015-16 en cuanto a factores socioculturales y tipificación de emprendedores en los países de la Alianza del Pacífico?

Se empleó el análisis hermenéutico, entendido por Gadamer (1998) como el instrumento que permite un acercamiento a la comprensión y correcta interpretación de lo comprendido y quien la utilice debe “procurar comprender los textos a partir del ejercicio interpretativo intencional y contextual” (Cárcamo, 2005, p. 207).

El análisis hermenéutico se realizó desde el nivel formal, que según Vernant (s.f) citado por Rodríguez (2001), el cual se enfoca en el orden narrativo y la lógica de lo narrado en el texto, es decir, apropiarse del “corpus narrativo en su primer formato”, comprende las relaciones y conexiones en el tiempo en la narración del texto y relaciones efectuales (p. 4). El análisis hermenéutico comprendió las fases clásicas del análisis: las construcciones elaboradas a partir de las fuentes originarias, identificación de las ideas fuerza localizadas en los documentos teóricos de la fuente originaria y el respectivo razonamiento o interpretación inmersa en una subjetividad razonablemente crítica que permitió fijar una posición acerca del tema objeto de estudio.

Se realizó una revisión biblio - hemerográfica de autores que permitió la búsqueda, recolección, organización e interpretación de información sobre la temática: emprendimiento y factores socioculturales, competencias para el emprendimiento y emprendimiento por necesidad vs. Emprendimiento por oportunidad. La consulta de dichas fuentes fue realizada en la base de datos Ebsco Host en la Universidad Simón Bolívar. De igual manera, se consultó el informe *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2015-16) con la finalidad de extraer los indicadores sobre las temáticas estudiadas. Finalmente, estos datos secundarios fueron analizados y discutidos con base en los referentes teóricos consultados, emergiendo relaciones y conexiones.

Resultados y discusión

Fueron observados los indicadores del informe GEM 2015-16, relacionados con los factores socioculturales y la tipificación de emprendedores (Tabla 2).

Tabla 2.
Actitud sociocultural hacia el emprendimiento, tipología de emprendedores TEA en países de la Alianza del Pacífico

Países de la Alianza del Pacífico	Actitudes socioculturales para el emprendimiento	Emprendedores							Emprendedora total fase temprana (TEA) (nacientes y nuevos emprendedores)
		Potenciales	Intencionales	Nacientes	Nuevos emprendedores	Establecidos	Impulsados por necesidad	Impulsados por oportunidad	
Colombia	71%	61%	51%	16%	7.8%	5%	33.3%	65.6%	22.7%
México	47%	53%	19%	17%	3.3%	8%	18.9%	78.8%	21%
Chile	65%	66%	52%	18%	10.2%	7%	25.3%	67.4%	25.9%
Perú	70%	65%	45%	19%	3.7%	6%	25.3%	73%	22.2%

Fuente: Bartesaghi, Silveira, Lasio, Varela, Veiga, Kew y Herrington (2016) Informe GEM 2015-16

En cuanto a los factores de asociación de emprendimiento, la percepción positiva del mismo y las actitudes socioculturales son uno de los primeros elementos que se relacionan con la orientación profesional, productividad, y el desarrollo económico. Siendo que se realizó una matriz comparativa de estos valores porcentuales, a través de los cuales se encontró que Colombia, Perú y Chile, son los países de la AP con una mayor actitud sociocultural favorable sobre el emprendimiento, mientras México, es el que cuenta con una menor valoración.

El segundo indicador que se relaciona con el porcentaje de la población que cuenta con un mayor potencial para iniciar una actividad empresarial (emprendedores potenciales), se encontró en Chile (66%). Perú (65%) y Colombia (61%) los mayores porcentajes. En cuanto a los emprendedores intencionales, Chile (52%), lidera las iniciativas de proyección empresarial, mientras México (19%), cuenta con una menor estimación de los emprendedores que planifican emprender un negocio laboral de carácter propio a largo o mediano plazo.

En cuanto a los emprendedores nacientes, los porcentajes de los cuatro países mencionados, siendo estos Colombia, Chile, México y Perú, no superan el 19% de la valoración, lo cual refleja que este índice cuenta con un porcentaje bastante limitado ante este indicador de emprendimiento.

Los nuevos emprendedores quienes cuentan con una iniciativa

empresarial cuyo funcionamiento es mayor a los 3 meses, e inferior a los 4 años, tienen una mayor presencia en Chile (10,3%), seguidos por Colombia (7,8%), Perú (3,7%), y para finalizar México (3,3%), considerados porcentajes bajos. Es aquí donde debe intervenir la triada Universidad-Empresa y Estado para potenciar el emprendimiento desde las iniciativas de los nuevos emprendedores, que por lo general no cuentan con acceso a financiamiento, formación y acceso al mercado.

Otro de los indicadores se relaciona con los empresarios que ya se encuentran establecidos, quienes llevan laborando en un negocio por más de 42 meses, ante lo cual México (8%), cuenta con el mayor porcentaje, y el menor porcentaje se establece en Colombia (5%).

En cuanto a los últimos indicadores, la valoración obtenida para los emprendedores impulsador por necesidad, en los países miembros de la AP revelan que Colombia (33,3%) es el que cuenta con mayor estimación, seguido por Chile (25,3%) y Perú (25,3%). El país con un menor indicador es México.

Mientras que en cuanto al factor de impulso por oportunidad, México (78,8%) es el que cuenta con el indicador más alto, seguido por Perú (73%), Chile (67,4%), y finalmente se encuentra Colombia (65,6%)

Conclusión

La revisión documental realizada sobre el abordaje de las tendencias en torno a la temática de emprendimiento, permite informar que en este estudio un emprendedor puede formarse y potenciarse a través de capacitación técnica para sacar adelante un proyecto de emprendimiento. Sin embargo, se evidencian dos tendencias en las diversas investigaciones y artículos consultados, las cuales se establecen como el emprendimiento por oportunidad, y el emprendimiento por necesidad. Asimismo, se reitera a lo largo de la investigación que en los últimos años, a partir de las crisis económicas por las cuales han atravesado países en distintos continentes, el emprendimiento por necesidad tiene una fuerte presencia como una opción para superar la falta de oportunidades laborales, las

frustraciones laborales y la necesidad de generar un ingreso económico, entre otros, con el fin de sustentar la calidad de vida.

Asimismo, la falta de políticas públicas en algunos países, y la accesibilidad a los créditos financieros para conformar una empresa, entorpecen la actividad emprendedora, e incluso desmotivan a quienes no cuentan con todos los recursos para sostener su emprendimiento a largo plazo, como en coherencia expone Aguilar-Barreto (2018).

Por otra parte, son varios los países que han percibido la necesidad de implementar programas de financiación como capital semilla, o fondo emprender los cuales alientan una cultura emprendedora, al reconocer que la actividad de emprendimiento genera un movimiento económico y productivo en las localidades y las regiones en las cuales no solo se crea empresa, sino que también se promueve la generación de empleos.

En los indicadores del informe GEM 2015-16 se observó que de los cuatro países que conforman la AP, México debe apoyar y fortalecer a los emprendedores nacientes y nuevos emprendedores, para que sea mayor el número y sean éstos que desarrollen sus proyectos de emprendimiento que generen autoempleo y empleo formal. Positivamente se observó que el emprendimiento por oportunidad es más alto en México, lo cual significa que son emprendedores alineados a proyectos con alta dosis de innovación por lo cual están proyectados para permanecer y sobrevivir en el mercado.

Para concluir se establece que, si bien en la actualidad la temática de emprendimiento se encuentra en auge, existen rasgos sociales, culturales, económicos, entre otros, que responden al contexto de las localidades o las regiones y que por tanto se identifican como factores diferenciales. Que desde la propuesta de Aguilar-Barreto, Rodríguez y Aguilar-Barreto (2018) se debe concebir como exigencia educativa en los procesos de formación para una educación pertinente.

Como citar este capítulo

Albornoz-Arias, N., Pabón Rodríguez, A., y Jaimes Tolosa, L. (2018). Factores socioculturales y tipificación de emprendedores en los países de la alianza del pacífico. En Y. Hernández., y A.J. Aguilar-Barreto. (Ed.), *La investigación social: comprendiendo fenómenos en contexto*. (pp. 35-58). Cúcuta, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Referencias bibliográficas

- Abecé de la Alianza del Pacífico. (s.f). Alianza del Pacífico. Recuperado de https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2015/06/abc_AP.pdf
- Aguilar-Barreto, A.J. (2018). Política educativa colombiana para la formación de emprendimiento y gestión empresarial: Una oportunidad de reconstrucción del tejido y las estructuras sociales. En N. Albornoz-Arias., y R. Mazuera-Arias (Eds.), *Emprendimiento, empleabilidad y política: una mirada globalizadora*. (pp.2239-269). Barranquilla, Colombia: Ediciones Simón Bolívar.
- Aguilar-Barreto, A.J., Rodríguez, G. y Aguilar-Barreto, C.P. (2018). Gestión de políticas públicas educativas: Una caracterización en Norte de Santander. *Revista Espacios*, 39 (30), 11. Recuperado en: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n30/18393005.html>
- Aguilar-Barreto, A.J., Jaimes D. y Rodríguez, T. (2017). Educar: en el límite de la indiferencia y la desigualdad para humanizar. En M. Graterol Rivas., M. Mendoza Bernal., J. Contreras Velásquez., R. Graterol Silva., y J. Espinosa Castro (Ed.), *La Base de la Pirámide y la innovación frugal en América Latina*. (pp. 245-270). Publicaciones Universidad del Zulia, Maracaibo, estado Zulia, República Bolivariana de Venezuela. Recuperado en: <http://bonga.unisimon.edu.co/handle/123456789/2103>
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., y Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489-499.

-
- Antúñez, M. (2012). Vocación por innovar. *Revista Entrepreneur*. México. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/265115>
- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S. y Mas, A. (2013). El emprendedor social – una explicación intercultural, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (78), 37-52.
- Bartesaghi, A., Silveira, S., Lasio, M., Varela, R., Veiga, L., Kew, P. y Herrington, M. (2016). *GEM América Latina y El Caribe 2015-16*. México: Tecnológico de Monterrey.
- Cárcamo, H. (2005). Hermenéutica y Análisis Cualitativo. *Cinta moebio*, 23, 204-216.
- Cárdenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C., y Vanegas, J. D. (2015). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. *Universidad y Empresa*, 17(28), 173-190.
- Castellanos, D., Chávez, P., y Jiménez, H. (2003). Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento. *Innovar*, 13(22), 145-156.
- Chaquiriand, I. (2014). ¿Por qué tanta insistencia con que las mujeres emprendan? *Revista de negocios del IEEM*. Universidad de Montevideo. Uruguay.
- Chen, M. H., Chang, Y. Y., Wang, H. Y., y Chen, M. H. (2017). Understanding Creative Entrepreneurs' Intention to Quit: The Role of Entrepreneurial Motivation, Creativity, and Opportunity. *Entrepreneurship Research Journal*. DOI: <https://doi.org/10.1515/erj-2016-0001>
- Cordero López, J. F., Astudillo Durán, S. V., Delgado Noboa, J. W., Amón Martínez, O., y Carpio Guerrero, X. C. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador, *Maskana*, 2(2), 27-37.
- Duarte, T., y Tibana, M. R. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, 3(43), 326-331.
- Enciso, J. (2010). El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes? *Revista Educación y Educadores*, 13(1), 63-76.
- Evans, D. S., y Leighton, L. S. (1990). Small business formation by

- unemployed and employed workers. *Small business economics*, 2(4), 319-330.
- Ferkany, M. (2008). The educational importance of self-esteem. *Journal of Philosophy of Education*, 42(1), 119-132.
- Freire, A. (2005). *Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- Gadamer, H.G. (1998). *Verdad y método II*. Salamanca: Sígueme
- García-Cabrera, A.M., Déniz-Déniz, M.C. y Cuéllar-Molina, D. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*. 28(51), 65-101.
- Gómez, L., Hernández, T., Gómez, E., López, S., Sánchez, L., Vega, J., Schmutzler, J., Chandra, M., Hernández, N., Paredes, S., Varela, R., Moreno, J., Vesga, R., Pereira, F., y Osorio, F. (2016). *GEM Colombia 2014*. Bogotá: Xpress Estudio Gráfico.
- Grant-Halvorson, H. (2012). *Nine things successful people do differently*. Boston, United states of america: Harvard Business Press.
- Hughes, M. y Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entre-preneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firmgrowth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651-661.
- Kautonen, T., y Palmroos, J. (2010). The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 285-300.
- Latin Trade. (2014). Emprendimiento. Oportunidad Vs. Necesidad. Recuperado de <http://latintrade.com/es/emprendimiento-opportunidad-vs-necesidad/>
- Liñán, F., Fernández-Serrano, J., y Romero, I. (2013). Necessity and opportunity entrepreneurship: The mediating effect of culture. *Revista de Economía Mundial*, 33, 21-47.
- López, W., Montilla, M., y Briceño, M. (2007). Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de contaduría pública. *Actualidad contable FACES*, 10(14), 80-94.
- Lumpkin, G. T. y Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial

- orientationconstruct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Martínez-Caro, E., y Cegarra-Navarro, J. G. (2012). El desarrollo de competencias transversales mediante proyectos de emprendimiento en el marco de una asignatura de dirección de operaciones (generic competencies development through entrepreneurship projects in the context of an operations management course). *Working Papers on Operations Management*, 3(2), 9-13.
- Moreno, H.M y Olmos, R.E. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 4(8), 101-122.
- Nueno, P. (2012). ¿Cómo debería ser una organización para que se pudiese emprender dentro de ella?. *IEEM Revista de Negocios*, 15(2), 35-37.
- Pereira, L. F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 11-37.
- Rauch, A., y Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. *The psychology of entrepreneurship*, 41-65.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Business*. Lloc de publicació: Londres. Portfolio Penguin.
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento organizacional, teoría y práctica*. 3ra ed. México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Rodríguez, C. y Caño, A. (2012). Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*. 12(3), 389-403.
- Rodríguez, C. y Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. *Revisión de la literatura*. INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(26) pp. 73-89.
- Rodríguez, Y. (2001). La hermenéutica aplicada a la interpretación del texto. El uso de la técnica del análisis de contenido. In *Conferencia presentada en el Encuentro Académico La Hermenéutica. Posibilidad de Discernimiento y Mediación del Conocimiento*. Universidad de Carabobo-

- Venezuela. Disponible en <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/a2n20/2-20-8.pdf>
- Romero-Martínez, A. y Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 10(1), 95.
- Salinas, R. F. y Osorio, B. L. (2012). Emprendimiento y Economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (75), 129-151.
- Sarasvathy, S. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency, *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Massachussets: Press. Cambridge.
- Schumpeter, J. A. (1961). Entrepreneurial profit. In *The theory of economic development* (pp. 128-156). Cambridge: Harvard University Press.
- Shane, S., Locke, E. A., y Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
- Thurik, A. R., Carree, M. A., Van Stel, A., y Audretsch, D. B. (2008). Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*, 23(6), 673-686.
- Torres, S. (2011). 10 obstáculos para el emprendimiento. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*. Universidad de Montevideo. Uruguay.
- Trujillo, I. A. (2014). Sobre las ventajas de la alianza del pacífico para Colombia. *Prolegómenos*, 17(33), 159-172.
- Turker, D., y Selcuk, S.S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intentions of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Vargas, E. (2010). Haz de un problema, una gran oportunidad. *Revista Entrepreneur*. México. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/263413>
- Vasconcellos Vale, G., y Silva Corrêa, V., y Francisco dos Reis, R. (2014). Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade? *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 18(3),

311-327.

Yitshaki, R., y Kropp, F. (2016). Motivations and opportunity recognition of social entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 546-565.