



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

**MOTIVACIONES QUE IMPULSAN A LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE
PASTO – DEPARTAMENTO DE NARIÑO- (COLOMBIA)**

Maestrante Claudia Magali Solarte Solarte

Administradora de Empresas

cmsolarte@iucesmag.edu.co

Maestrante Martha Lida Solarte Solarte

Economista

misolarte@iucesmag.edu.co

Magister Carlos Arcos Guerrero

Comunicador social

saudade.ca@gmail.com

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA CESMAG



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

DEPARTAMENTO DE NARIÑO

COLOMBIA

2015

TÍTULO: MOTIVACIONES QUE IMPULSAN A LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE PASTO – DEPARTAMENTO DE NARIÑO- (COLOMBIA)

RESUMEN

El artículo es producto de la investigación titulada: “Análisis de las motivaciones que impulsan a los emprendedores de la ciudad de Pasto”, cuyo objetivo general consistió en analizar las motivaciones que impulsan a los emprendedores de la ciudad de Pasto en el periodo 2011-2013. Se realizó el estudio bajo el enfoque de investigación cuantitativo, método empírico-analítico y tipo descriptivo. La población fue finita, conformada por los gestores de empresa, con una muestra de 347 personas, con quienes se identificaron las motivaciones que los impulsaron a la creación de empresas e, igualmente, se determinó cuáles de ellas tienen mayor incidencia. Las motivaciones manifestadas se catalogaron según la adaptación realizada por Rodrigo Varela, sobre la teoría de Albert Shapero, la cual las clasifica en positivas, negativas y neutras. Se encontraron 70 motivaciones que los emprendedores han tenido en cuenta para la creación de empresas, ya sea relacionadas con el estímulo familiar, la educación, la experiencia en negocios o desde los estudios realizados, o sea, desde apreciaciones empíricas o dentro de la objetividad y factibilidad con la que se puede apreciar el ámbito económico y social para generar recursos que colaboren con el desarrollo humano y social.

ABSTRACT

The article is the result of research entitled "Analysis of the motivations that drive entrepreneurs in the city of Pasto," whose general objective was to analyze the motivations that drive entrepreneurship in the city of Pasto in 2011-2013. The study under the focus of quantitative research, empirical-analytical and descriptive method was performed. The population was finite, consisting of business managers with a



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

sample of 347 people with whom the motives that prompted the creation of businesses and, equally, it was determined which of them have the highest incidence were identified. For information management, they were classified as adapted by Rodrigo Varela V. on the theory of Albert Shapero, which classifies them into positive, negative and neutral. variety of factors that entrepreneurs have taken into account for the creation of enterprises, whether from family motivation, experience in business related or from studies, or were found from empirical findings or within objectivity and feasibility which you can appreciate the economic and social fields to generate resources to work with human and social development.

PALABRAS CLAVE

Emprendedor, emprendimiento, empresa, empresario, motivaciones de emprendimiento.

I. INTRODUCCIÓN

El artículo está relacionado con la creación de empresas asociado al emprendimiento, fortalecido esto con la investigación, para constituirse en un razonamiento alrededor de la necesidad humana de autorrealización y trascendencia con base en el saber y en las prácticas emprendedoras. Para esto la investigación se centró en indagar sobre aquellas motivaciones que llevan a los individuos a constituir unidades empresariales o de negocios, y dentro de éstas examinar las de mayor incidencia en el contexto de estudio.

A nivel del desarrollo histórico y político-económico nacional, el emprendimiento se puede ubicar dentro de los procesos de modernización del país con base en la técnica, tecnología y educación que, sin constituir precisamente su comienzo, sí señala los inicios de la industrialización, lo cual significa un giro en la visión económica y sociocultural respecto al periodo anterior de relaciones coloniales y luego de guerras de independencia y consolidación de la república. En Colombia, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, se entra en un proceso de modernización de la economía (Safford, 1989), entendido esto como la creación de una estructura económica acumulativa, un



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

estado que maneje y oriente la economía, un sistema político con amplia participación y decisiones orientadas por valores civiles y una cultura basada en la educación, en la ciencia y en la tecnología, con amplia movilidad de la estructura social (Melo, 1985).

En la primera mitad del siglo XX, con la industrialización para la sustitución de importaciones¹, se inicia un proceso de urbanización en el país, la aparición de mercados regionales internos sustentados por la economía cafetera y crisis de la producción latifundista a favor de un desarrollo agroindustrial y extractivo. Pero, igualmente, a mediano plazo comenzó el problema ambiental, el marginamiento del campo y la violencia política que desplazó a los campesinos a las ciudades, abaratamiento de la mano de obra y desempleo, lo mismo que el retraso del trabajo científico e intelectual al privilegiar lo meramente técnico y productivo (Cerón, 1996).

En este contexto, se hizo necesario pensar en alternativas que equilibraran la economía, dando protagonismo a la población en general para su planificación y utilidad dentro de la productividad, estableciéndose una sociedad del *rendimiento*, donde todos pueden intervenir en la economía como población económicamente activa, presentándose el paradigma del emprendedor (El Ciudadano, 2012).

Históricamente, a la ciudad de Pasto se la ha considerado como de bajo emprendimiento², por hacer parte de los territorios de periferia, considerada al margen de los proyectos de desarrollo nacional, para lo cual resulta interesante examinar las motivaciones que llevan al emprendimiento, ya que éstas se pueden dar bajo condiciones económicas, políticas y socioculturales concretas.

Así pues, la investigación resultó primordial para conocer sobre dichas motivaciones y, a la vez, brindar elementos para que en el futuro se logre un contexto social favorable, al tener en cuenta los resultados en relación con los objetivos estratégicos

¹ Durante la primera mitad del siglo XX se presentan en Europa los dos conflictos mundiales (1914 y 1945), lo cual frena la producción fabril de Europa y, por supuesto, las exportaciones de sus productos hacia América, por lo cual el joven continente se ve en la obligación de producir sus propios bienes de consumo, para lo cual se crean fábricas y precisamente sustituir las importaciones desde el viejo continente.

² “A partir de esta dinámica aparecen ciudades marginadas como Pasto, frente a otras con franca tendencia hacia la acumulación, concentración de funciones productivas, financieras y administrativas” (Cerón & Ramos, 1997, p. 7).



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

del Plan Regional de Competitividad (2010-2032) del Departamento de Nariño³, donde, específicamente, se encuentra el del emprendimiento y empresarismo, cuyo propósito central es: “Crear, fortalecer y fomentar empresas productivas y competitivas con procesos de innovación permanente que generen nuevos empleos y empleos de calidad” (p. 107).

II. METODOLOGÍA

La investigación acogió el enfoque cuantitativo, bajo el cual las motivaciones de emprendimiento se constituyeron como una variable cuantificable para su análisis con recursos estadísticos; el método fue empírico-analítico, por cuanto los datos que se analizaron fueron reales. Igualmente, para detallar propiedades, características y perfiles del objeto de estudio, se aplicó el tipo de investigación descriptivo. El diseño de investigación fue no experimental, puesto que las motivaciones de emprendimiento no permiten una manipulación ni control.

La población fue finita, conformada por gestores de empresa. Según la información presentada en el Anuario estadístico 2012, de la Cámara de Comercio de Pasto, se constituyeron 270 empresas en el año 2011 y 369 en el 2012, para un total de 639 empresas; de esto se obtuvo una muestra probabilística⁴ de 347 personas que crearon empresa.

Para la recolección de información, se elaboró un cuestionario que constó de 39 preguntas divididas en seis apartes que proporcionaron información sobre aspectos demográficos, socioeconómicos, sobre la empresa y motivaciones de emprendimiento.

El siguiente fue el procedimiento seguido:

- Selección de la muestra: se estableció como ya se describió anteriormente.
- Elaboración y prueba de los instrumentos: El cuestionario se probó con la aplicación de una prueba piloto a un grupo de 50 personas pertenecientes al Programa Se-

³ El Departamento de Nariño es una unidad administrativa (provincia) dentro del contexto nacional, cuya capital es la ciudad de Pasto o también conocida como San Juan de Pasto.

⁴ En la muestra probabilística, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos, por presentar características que pueden ser generalizables a toda la población (Quijano, 2009, pp. 97-98).



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

emprende⁵, con la finalidad de examinar la comprensión del vocabulario y su coherencia.

- Aplicación de instrumentos: el cuestionario se aplicó por internet, enviándolo a los correos electrónicos de los emprendedores o sus empresas, registrados en la base de datos de la Cámara de Comercio de Pasto.

- Análisis de datos y resultados: los resultados fueron organizados y sistematizados en programa Excel; el análisis se orientó a los mayores y menores porcentajes proporcionados como respuestas a las preguntas relacionadas.

Además, las motivaciones de emprendimiento obtenidas, se agruparon tomando como guía la adaptación realizada por Varela (2008), en su esquema: *Fuerzas para el cambio de trayectoria vital*, el cual considera tres tipos de motivaciones: positivas, negativas y neutras. Se acogió este modelo, porque recoge todas las motivaciones de manera genérica, a la vez que las diferencia por caracteres comunes que puedan tener relacionados con ideas y conceptos; así, las positivas están relacionadas con fortalezas que poseen las personas, como: la educación familiar, la cultura, la experiencia, las competencias laborales y otras; las negativas hacen referencia a condiciones adversas que obligan a las personas a asumir algún tipo de actividad independiente, como quedar cesante de un empleo, ingresos insuficientes, no haber accedido a la educación, poca satisfacción con lo que se hace; y las neutras, concernientes a situaciones casuales que motivan al emprendimiento, como la terminación de ciclos formativos, herencias o cambios de estado civil. Es de aclarar que estas no constituyeron categorías para correlacionarse, sencillamente fueron descriptivas para particularizar de mejor manera lo encontrado.

III. RESULTADOS

a. Identificación de motivaciones

⁵ Proyecto puesto en marcha a través de un contrato celebrado entre la Alcaldía del Municipio de Pasto y la Cámara de Comercio con el acompañamiento del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

En el estudio realizado con emprendedores de la ciudad de Pasto, en los años 2011-2013, se identificaron 70 motivaciones, las cuales fueron ubicadas según el modelo teórico mencionado en la metodología, como positivas, neutras y negativas, como se puede apreciar en la figura 1.

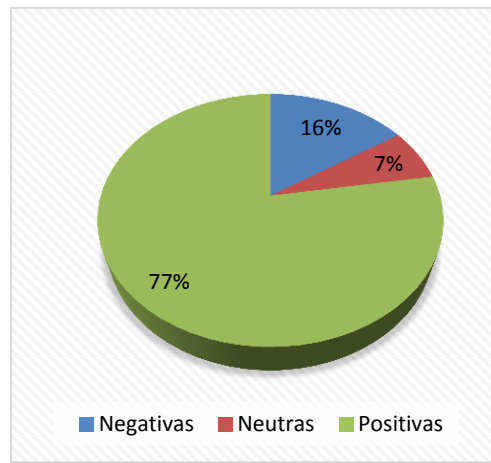
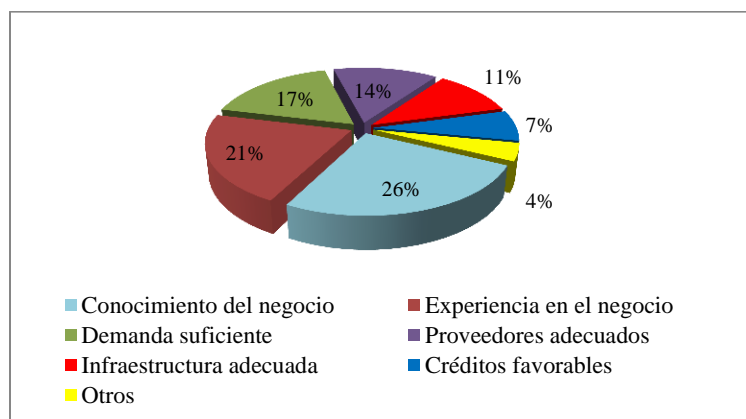


Figura 1. Clasificación de las motivaciones

Al indagar sobre las motivaciones que tuvieron en cuenta los emprendedores para crear su empresa, se obtuvieron los siguientes porcentajes para cada una (véase figura 2).





“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
 Multidisciplinario
 21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

Figura 2. Porcentaje de cada motivación para crear la empresa

b. Motivaciones de mayor incidencia

En la figura 3 se muestran las motivaciones que para los emprendedores, constituyeron los principales impulsores para asumir negocios.

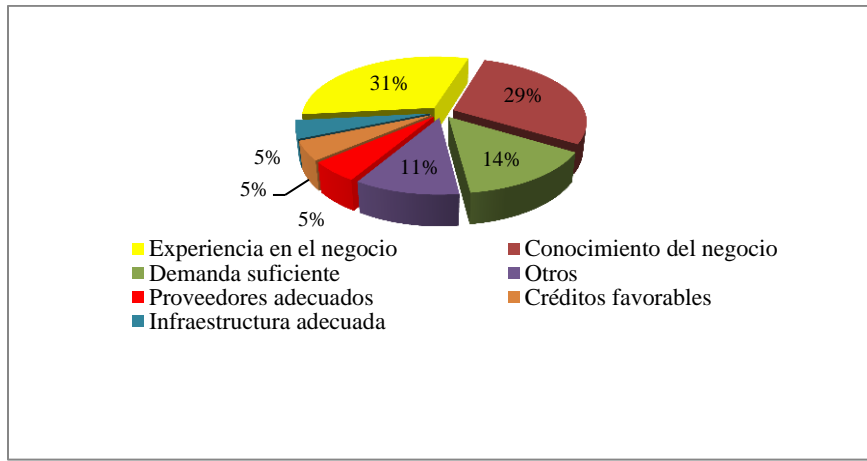
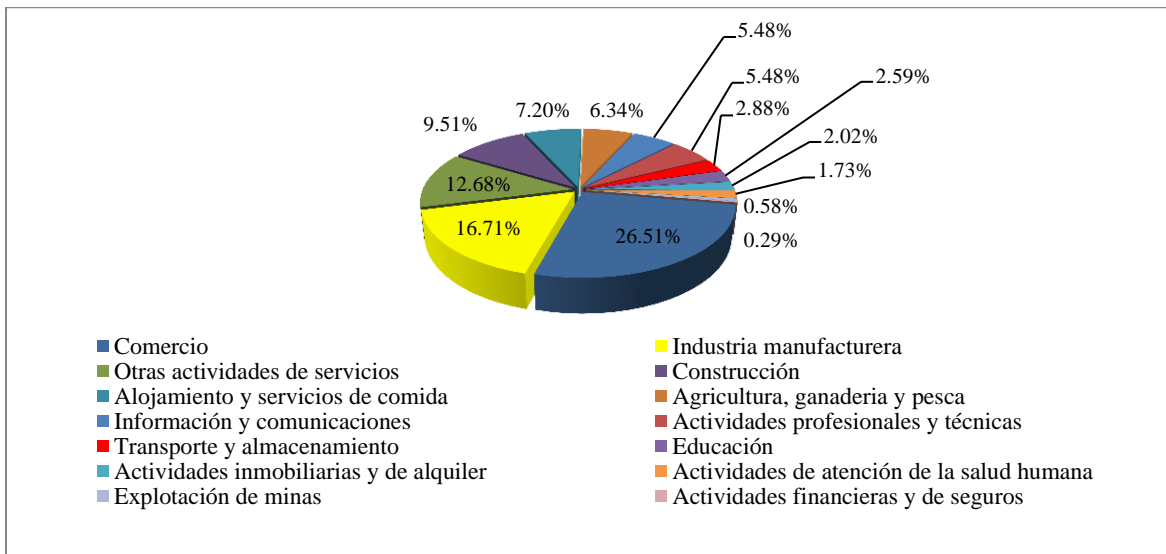


Figura 3. Motivaciones de mayor incidencia

Para esta parte, es pertinente también, mostrar lo manifestado por los emprendedores con respecto a la actividad económica de la empresa creada, esto se muestra en la figura 4.





“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario
21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

Figura 4. Actividad económica de la empresa creada

IV. CONCLUSIONES

Como se puede apreciar, se encuentra una variedad de motivaciones que los emprendedores han tenido en cuenta para la creación de empresas, ya sea desde su subjetividad o deseabilidad, es decir, desde apreciaciones empíricas, o dentro de la objetividad y factibilidad con la que se puede apreciar el ámbito económico y social para generar recursos que colaboren con el desarrollo humano y social.

Si bien las motivaciones exteriorizadas, todas hacen parte de inquietudes emprendedoras, también indican dispersión en las ideas y debilidad de una cultura del emprendimiento, con la cual se encausarían estas inquietudes hacia el fortalecimiento de un espíritu empresarial regional. La cultura es uno de los factores que incide en la formación de una mentalidad empresarial, puesto que, además de valorar lo tradicional, impulsa a las personas para adquirir competencias en emprendimiento y desarrollar un espíritu empresarial, exigencia de las sociedades actuales, bien sea para la independencia laboral o para un excelente desempeño en el trabajo. Esto conlleva a que las economías y, en particular, la del Departamento de Nariño, deban reaccionar con la misma rapidez con la que aparecen los adelantos técnicos y tecnológicos en un contexto de alta competencia internacional y un entorno económico globalizado. La cultura como reflejo de las instituciones y prácticas de una sociedad dada, tiene una relación predecible con la motivación para iniciar una empresa.

En la ciudad de Pasto, la gente adulta asume el emprendimiento por la experiencia y en un sentido práctico, ya que en la región nariñense se tiene una larga tradición de trabajo artesanal que ha formado a los habitantes en un saber hacer, aunque en la actualidad, la educación y las entidades que forman para el trabajo, ya han asumido el papel de capacitar en empresarismo, planeación, organización y gestión, es decir, en competencias del saber conocer, notándose que la mayoría de los emprendedores tienen experiencia en el sector en el que fundaron su empresa.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

Así mismo, en la ciudad de Pasto, el emprendimiento ha sido acogido más por la gente adulta, con una escasa participación de los jóvenes, la inclusión de estos últimos constituiría un ideal, ya que como población económicamente activa, debe desarrollar habilidades empresariales con planes y programas educativos y de formación para el trabajo para la sostenibilidad y el crecimiento de la región.

Quienes han asumido estudios de Administración de empresas y relacionados, aplican los conocimientos adquiridos; con esto se está presentando otro tipo de emprendedor, el cual reduce el grado de incertidumbre y riesgo, por cuanto dispone de herramientas como la investigación para la elaboración de planes de negocio.

El emprendimiento no sólo genera la ampliación de la base empresarial, con el consecuente incremento del empleo, la inversión y desarrollo económico, sino también conlleva un impacto y desarrollo social, reflejado en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Araque, W. (2006). *Perfil del emprendedor ecuatoriano*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Área de Gestión.
- Barrios, O; Bravo, S. & Vargas, D. (2003). *Origen y perfil del joven emprendedor chileno*. (Seminario de grado Ingeniero comercial). Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Santiago.
- Cabrera, N. (2009). *Actitudes hacia la creación de empresas en estudiantes de Ingeniería agroindustrial y Administración de empresas de la Universidad de Nariño*. (Trabajo de grado). Universidad de Nariño, Pasto.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2010). *Plan Regional de Competitividad de Nariño, 2010 - 2032*. Pasto: Ediciones de la CCP.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2012). *Anuario estadístico: Movimiento del registro público*. Pasto: Ediciones de la C CP.
- Cardozo Crowe, A. P. (2010) *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos*. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

Educación a Distancia. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Departamento de Organización de Empresas; Buenos Aires.

Castillo, Diana L. (2006). *Impacto generado en el desarrollo regional por la gestión de la unidad de emprendimiento del Centro multisectorial Lope del Municipio de Pasto, SENA regional Nariño*. (Trabajo de grado Economista). Universidad de Nariño, Pasto.

El ciudadano. (2012). *La Biopolítica de Foucault: Un concepto esencial para comprender la sociedad contemporánea*. Recuperado de <http://www.elciudadano.cl/2012/11/11/59961/la-biopolitica-de-foucault-un-concepto-esencial-para-comprender-la-sociedad-contemporanea/>

Emprendedores. (2014). *Qué es el estudio de mercado*. Recuperado de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Gómez, E. (2011). *El impacto diferenciado en los jóvenes de factores socio-culturales explicativos del emprendimiento*. (Tesis Doctoral internacional en creación y gestión de empresas). Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Economía y Empresa. Departamento de economía de la empresa, Barcelona.

Miranda, A. (2013). Secretario de Desarrollo económico y competitividad del Municipio de Pasto. Entrevista. Pasto.

Ovalle P. (2012). El emprendimiento en Chile. *Universidad de Chile –Diario electrónico*. Recuperado de <http://radio.uchile.cl/opiniones/139850/comment-page-1/#comment-66888>

Red ORMET, Centro de Estudios de desarrollo Regional y Empresarial (CEDRE). (2013). *Estudio del Observatorio del Mercado de Trabajo*. Pasto: Universidad de Nariño.

Varela V., R. (2008). *Innovación empresarial. arte y ciencia en la creación de empresas*. (3 ed.). Bogotá: Pearson Prentice Hall.

Zepeda, F., (2008). *Introducción a la psicología, una visión humanista*. México: Pearson Educación.