

concientización bipartidista, ellos contrataron al Exministro de Planeación Doctor Sardi para que el escribiera una monografía que se llama esquema del estado en Colombia. Trata de una manera muy sencilla lo que han sido los problemas, los bienes y los males del Estado en Colombia. Aparte de esta monografía, se están llevando a cabo 5 seminarios: En Bogotá, en Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Cartagena, y no me acuerdo donde más, a los cuales han sido invitados otros grupos. Van a reunir a todos estos grupos para que por lo menos todos analicen el problema si lo es, o no lo es. Y si lo es, trazan una estrategia para resolverlo.

La monografía al final tiene unos 19 puntos que deben enviar a la gente de como lograr la disminución del estado en la economía Colombiana. Una cosa que hay que entender muy bien, es que ellos no quieren dismantelar el estado, nosotros tampoco queremos que el estado no exista, pues tiene que existir, pero bien racionalizado.

## **PORQUE LA GENTE DECIDE EMPEZAR UNA NUEVA EMPRESA: EL EFECTO DE LOS VALORES CULTURALES EN LOS EMPRESARIOS**

**Roger A. BLAIS, O.C. Profesor de innovación industrial  
Ecole Polytechnique de Montréal**

**Sari SCHEINBERG, Director del Proyecto internacional de Estudios  
sobre la Perspectiva Transcultural "entrepreneurship",  
Graduate Scholl of Business Administration, New York University.**

### **Sumario Ejecutivo**

#### **Cuadro General**

La investigación empírica del "entrepreneurship" es limitada. Lo que ha sido encontrado puede dividirse en cinco áreas mayores:

- 1) el nivel individual: rasgos psicológicos, formación, experiencia, motivación, habilidades, etc;
- 2) el nivel organizacional: venturas exitosas o no, estilos de administración, nivel de recursos, casos estudiados y otros;

3) el nivel del país: estudios específicos a cada país, por ejemplo en el Quebec, en el "Silicium Valley", en la India y en otros;

4) los factores ambientales: las condiciones políticas, sociales y económicas;

5) comparaciones interculturales: estudios y correlaciones del empresariado entre dos o más países.

El programa internacional de investigación resumido en este papel tiene como objetivo encontrar las razones que motivan a la gente a empezar sus propias empresas. Toda la amplitud de este propósito puede ser solamente alcanzado por intermedio de una perspectiva intercultural, utilizando un acercamiento sistémico para analizar el evento o la actividad empresarial y los factores que influyen en ella. Propuesto de una manera sencilla, el problema es analizar los medios que influyen (individual, organizacional, regional y ambiental) y ver como ellos interactúan y se correlacionan a través de los diferentes países.

#### Metodología

Puede asumirse con seguridad que las motivaciones (m) para empezar una nueva empresa son fuertemente dependientes de la cultura dominante en el país, entonces:

$$M = f(C)$$

Una posibilidad atrayente es que podrían haber mayores similitudes en las motivaciones y la percepción cultural entre regiones de diferentes países, que entre regiones dentro de un mismo país.

Una región con un "medio hostil" (MH) mostrará una baja frecuencia de eventos empresariales (EE), entonces:

$$EE = f(MH)$$

La "hostilidad" en el medio es una condición temporaria. Esta es causada por una combinación de falta de recursos (fr) y la existencia de algunos obstáculos (oe) en regiones particulares. Por consiguiente, la "hostilidad" en el medio tiene tres grandes grados: aquellos resultantes del número (\*) de recursos faltantes y de obstáculos existentes, y los que resultan del rango de orden (r) de aquellos recursos ausentes y de los obstáculos existentes. Entonces:

$$MH = f[* (fr,oe) + r (fr,oe)]$$

El medio "más hostil" es aquel que es afectado por más obstáculos que factores ausentes:

si  $oe >$  entonces  $MH \uparrow$  (4)  
por consiguiente, la condición "hostil" en una región será diferente al de una otra:

$$MH_i \neq MH_j \quad (5)$$

Las motivaciones para empezar una empresa propia en un ambiente propicio serán considerablemente diferentes de aquellas en un medio hostil:

$$Mmp \neq Mmh \quad (6)$$

Una percepción individual de un medio hostil es función del deseo para empezar una empresa y de factibilidad percibida al llevarla a cabo. Lo primero se relaciona con las barreras existentes en el medio y lo segundo con el número y tipo de recursos ausentes en el medio:

$$P(MH) = (d \$ + f \$)$$

La motivación para empezar una empresa puede caracterizarse por las siguientes dimensiones culturales, en las regiones consideradas como "hostiles":

A) Un mayor grado de Individualismo medido por:

- \* La alta necesidad de realización.
- \* Alta propensión al riesgo, gusto al desafío.
- \* Deseo de cambiar de clase social
- \* Baja necesidad de ser aceptado en la comunidad, por amigos, por parientes.
- \* Alta necesidad de independencia.

B) Un mayor grado / necesidad de Poder, medido por:

- \* Una necesidad de status para sí y para la familia.
- \* Necesidad de prestigio.
- \* Necesidad por la influencia política en la comunidad.
- \* Necesidad por ingresos más elevados.

C) Un menor grado o nivel de Evasión a lo inseguro, medido por:

La motivación para empezar una empresa será caracterizada de acuerdo a los siguientes moldes, en regiones identificadas como "hostiles" (de acuerdo a la definición de la Motivación por Friberg). Los individuos que son considerados como parte del grupo de "desplazados" serán más propensos (estar motivados) para empezar sus propias empresas (de acuerdo a Shapiro), ex.:

- a) Grupos de inmigrantes refugiados
- b) Los trabajadores de algunas industrias que caracterizan por su propensión a la formación de la compañía - ex.: vestimenta, construcción, alta tecnología.
- c) Desplazamiento de empleo - ex: siendo despedido, relegado.
- d) Desplazamientos debidos a la edad - ex: cumpleaños traumáticos.
- e) Individuos que están "fuera de lugar" o en otras cosas - ex: fuera de la escuela, fuera del servicio, fuera de prisión, madres que retornan a la fuerza de trabajo (hogares vacíos).

### Ideología y Cultura

En el "mundo real", más frecuentes son los cambios ( ), más inestable será la ideología (I) prevaleciente y más numerosos serán los eventos empresariales (EE) (EE)

$$EE = f(I \text{ de } \Delta) \quad (8)$$

$$EE = f(II) \quad (9)$$

- \* Un alto espíritu de aventura.
- \* Bajo temor al fracaso.
- \* Necesidad a competir/desafío
- \* Alto deseo al reconocimiento debido al mérito (y no a la antigüedad).
- \* Fuerte deseo de trabajar en empresas pequeñas mas que en grandes.
- \* Un alto deseo de ser innovador y una vanguardia del desarrollo tecnológico.

D) Un alto nivel de Masculinidad medido por:

- \* Una baja necesidad de trabajar con la gente de su gusto.
- \* Baja necesidad de proveer una seguridad para sí y la familia.
- \* Alta necesidad de liderar y no ser llevado por otros.
- \* Alta necesidad de ser desafiado por los problemas y las oportunidades de empezar y hacer prosperar una nueva empresa.
- \* Alta necesidad de más dinero.
- \* Alta necesidad de utilizar la experiencia.
- \* Alta necesidad de tomar decisiones unilaterales sin la existencia de un consenso.

De la misma manera, cuanto más coherentes e internamente consistentes son las ideologías en un determinado país (entre regiones) lo menos deseable será un nivel alto de actividad empresarial.

Los eventos empresariales están reconocidos en las sociedades individualistas así como en las comunitarias. La primera lleva consigo un aporte de esfuerzo innovador mientras que la última está más relacionada con esfuerzos imitativos.

### Redes

Los empresarios tienen generalmente una red social mas amplia que la gente que no empieza sus propias empresas. A raíz de estas redes y alianzas, ellos están mas cerca que los últimos a tener los recursos disponibles para afrontar los problemas de comenzar.

Generalmente los empresarios tienen una mayor proporción de relaciones de negocios en sus redes que los que no son empresarios.

La prosperidad de los individuos para llegar a ser empresarios parece ser más elevada entre la gente de culturas que proveen redes basadas en lazos morales y afectivos. Un buen ejemplo en muchas regiones es la minoría de fé y cultura judía.

### Estructuras posicionales

Existen diferencias mayores entre empresarios y no empresarios basadas en el hecho de estar dispuestos o no para la actividad empresarial. Estas actividades diferentes reflejan diferentes motivaciones y percepciones y son debidas a las diferentes experiencias de trabajo.

Una de las cuestiones claves que no ha sido aún resuelta es determinar si los empresarios son mas similares entre ellos a través de los países y culturas que a los no-empresarios en su propio país o cultura. O, están ellos mas cerca de sus colegas nacionales no-empresarios?

### Programa Internacional de Investigación

Básicamente, el programa de investigación tiene el objetivo de llevar investigaciones idénticas en cerca de 11 países por medio de un mismo cuestionario o de una entrevista estructurada apuntando exactamente la misma cuestión.

Otro aspecto esencial de la metodología es que paralelamente al grupo de empresarios, la encuesta se extiende a una muestra estadísticamente similar de no-empresarios. Un cuidado especial es ejercido para encuestar a los empresarios en varios sectores en números que están en proporción al mismo de firmas creadas.

También debe ser notado que la encuesta se aplica solamente a los empresarios que comenzaron sus empresas recientemente, ex: desde 1980.

Al interior de los 20 países la muestra cubre 200 empresarios y 200 no-empresarios.

Los países cubiertos son:

Australia, Bélgica, Brasil, Canadá (4 regiones), China, Dinamarca, España, Estados Unidos (4 regiones), Finlandia, Francia, Hungría, Honduras, Italia, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Singapur, Suecia, Túnez y otros países árabes.

#### Aplicación en América Latina

Sería inminentemente deseable que el estudio se extienda a varios otros países de América Latina. De otra parte, se podría también analizar los tratados culturales regionales sobre las diversas formas del espíritu de empresa. De otra parte, se podría también comparar el "entrepreneurship" con los países de Norte América, especialmente el Canadá.

El objetivo de esta presentación es pues suscitar un interés por este programa de investigación en el seno de la comunidad de investigadores latinoamericanos particularmente a los interesados en el "entrepreneurship".

#### Estado de Avance del Programa

En la mayoría de los países susodichos, la fase de la colecta de datos ha empezado. Se ha previsto terminar el muestreo en Agosto de 1987. Seguidamente se pasará a la codificación y al análisis multifactorial de datos, lo que exigirá alrededor de un año. Luego los resultados del análisis serán publicados sobre una base nacional como internacional. Hace falta subrayar que a medida que la encuesta progresa en cada país, se ajustará el muestreo, aumentando los datos en los sectores poco representados.

Por ejemplo, la muestra deberá comprender una proporción representativa de empresarios, o aún de inmigrantes. De la misma manera, se asegurará la representatividad del espectro de edad de los empresarios que han creado una empresa desde 1980.

#### Conclusion

Este programa de investigación proporcionará una multitud de datos inéditos de un gran interés para diversos sectores de la sociedad, entre ellos los gobiernos mismos.

El programa permitirá también a los empresarios de situarse mejor en relación a los no-empresarios y de compararse con los empresarios de otros países.

## ANEXO No 1 DIRECTORIO DE ASISTENTES AL PRIMER CONGRESO LATINOAMERICANO SOBRE ESPIRITU EMPRESARIAL