



Factores endógenos para emprender

Endogenous factors for entrepreneurship

José Luis Sánchez Leyva* - Diana Edith Sánchez Zeferino**

Helena del Carmen Zapata Lara***

Resumen: En los últimos años, las condiciones económicas adversas como carencia de empleo formal, bajos salarios, falta de flexibilidad en los horarios de trabajo, entre otros, han convertido al emprendimiento en una opción atractiva para que las personas alcancen sus metas de desarrollo personal y profesional en entornos de trabajo flexibles, independientes y armónicos. Lo anterior, ha provocado que este concepto sea estudiado desde diversos enfoques con la finalidad de identificar las motivaciones de las personas para el emprendimiento. En este sentido, el objetivo de la presente investigación fue realizar una revisión de la literatura sobre los factores endógenos para el emprendimiento e identificar cuáles de ellos son los que tienen mayor influencia en las personas al momento de decidir emprender. De esta manera, el análisis refleja que, elementos como el logro, independencia y riqueza son los factores que mayormente inciden en la motivación de las personas para el emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento, endógeno, motivaciones.

Abstract: In recent years, adverse economic conditions such as lack of formal employment, low wages, lack of flexibility in working hours, among others, have made entrepreneurship an attractive option for people to reach their goals of development in flexible, independent and harmonious work environments. Those factors have caused this concept to be studied from a variety of approaches in order to identify people's motivations for entrepreneurship. For this reason, the objective of this research was to conduct a review of the literature about the endogenous factors for entrepreneurship and to identify which of them have the greatest influence on people when deciding to become an entrepreneur. In this way, the analysis reflects that elements such as achievement, independence and wealth are the factors that most affect people's motivation for entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, endogenous, motivations.

* Licenciado en Administración de Empresas, Maestro en Gobierno y Asuntos Públicos y Doctor en Gobierno y Administración Pública. Académico de Carrera de Tiempo Completo en la Universidad Veracruzana (México).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3519-0882> - luisanchez01@uv.mx

** Licenciada en Administración de Empresas, Maestra en Gestión de la Calidad y Candidata a Doctora en Administración. Académica de Carrera de Tiempo Completo en la Universidad Veracruzana (México).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6931-4150> - disanchez@uv.mx

*** Licenciada en Contaduría y Maestra en Finanzas. Académica de Carrera de Tiempo Completo en la Universidad Veracruzana (México).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1239-7714> - hzapata@uv.mx

Artículo de investigación científica y tecnológica. **Sección:** Contabilidad, economía y organizaciones

Recibido: 21/01/2020 **Aceptado:** 13/08/2020 **JEL:** L26; R51; R58; Q38. **Licensed under a:** 

Citación: Sánchez, J. L., Sánchez, D. E., y Zapata, H del C. (2020). Factores endógenos para emprender. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(16), 199–214.

Introducción

Para hablar de emprendimiento es necesario incluir elementos como la actitud positiva y determinación para definir metas e ir por ellas; tiene que ver con la capacidad, habilidad y creatividad de las personas para iniciar un negocio y ser independientes. También, se relaciona con el quehacer actual del gobierno, las Instituciones de Educación Superior (IES) y otros agentes económicos, pues estos mantienen iniciativas para promover el emprendimiento como un área que favorece el autoempleo y la generación de iniciativas encaminadas a la innovación empresarial.

Por un lado, el emprendimiento se ha convertido en uno de los principales retos para las agendas del buen gobierno, al considerar este elemento como una fuente de empleo y riqueza. Por otro lado, las IES buscan, en los estudiantes, el desarrollo de una conciencia emprendedora para que aprendan a detectar las oportunidades que brinda el mercado y las aprovechen de la mejor manera, y así contribuir al mejoramiento de la calidad de vida no solo de manera individual, sino de la sociedad en general.

En este sentido, el emprendimiento es un tema de gran relevancia para diversos organismos y que ha llevado, incluso, a una serie de estudios para identificar cuáles son los factores -endógenos o exógenos- que influyen en una persona al momento de tomar la decisión de emprender.

Este artículo, constituye la primera parte de un proyecto de investigación que se realiza en la región Sur de Veracruz, México, con la finalidad de identificar los factores endógenos y exógenos de microempresarios en esa región. Este primer artículo, se realiza con el objetivo de identificar, específicamente, los factores endógenos que favorecen a las personas que quieren emprender.

Destacan entre otras, las desarrolladas por Marulanda y Morales (2016); Quevedo, Izar y Romo (2010); Marulanda, Montoya y Vélez (2014); las que derivan de la aplicación del modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) descritas en Guzmán, Cuervo e Ibarra (2018); Valdivieso (2009); Acosta, Zárate e Ibarra (2014); Ibarra, Castrillo y Guzmán (2015); Así como, las investigaciones realizadas por Ayala, Llanos y Núñez (2019); Figarella y Trujillo (2009); Marulanda, Montoya y Vélez (2018) y Morales-Gualdrón, Gutiérrez-Gracia y Roig-Dobon (2009).

Durante el desarrollo de la presente investigación se presentan de forma detallada cada uno de los estudios descritos previamente. Al final, se presenta un cuadro comparativo donde se enlistan los factores endógenos para el emprendimiento y determinar así, cuáles son aquellos factores que tiene mayor incidencia.

Desarrollo

Con el paso del tiempo, se han identificado una serie de factores o subdimensiones que hoy en día aplica el GEM, otros observatorios y diversas instituciones como el BID, que miden los factores endógenos para el emprendimiento.

García (Marulanda & Morales, 2016) y Jiménez-Silva *et al* (2019) establecen que los factores endógenos también conocidos como motivaciones de tipo personal, son aspiraciones personales o motivaciones positivas de seguridad, de lucro, de servicio social, de independencia y el interés por las tareas directivas; mientras que para Autio y Kaurannen (Marulanda & Morales, 2016) estas aspiraciones personales comprenden también la necesidad de logro, independencia y deseo de riqueza, mismas que pueden ser determinantes en el proceso de convertirse en emprendedor. De hecho, Marulanda y Morales (2016) establecen que la necesidad de logro es quizá la más estudiada debido a que se relaciona directamente con el deseo de superación y progreso que lleva a los individuos a buscar siempre un estado superior en sus actividades.

En este sentido, McClelland (Marulanda & Morales, 2016) afirma que la necesidad de logro es lo que realmente lleva a un individuo a convertirse en un emprendedor de éxito. Establece, además, que este rasgo de la personalidad no es necesariamente innato, sino que se puede desarrollar. También, Martínez, Mira y Gómez (Marulanda & Morales, 2016) colocan en el centro al individuo y lo identifican como factor clave en el proceso de creación de una empresa.

Asimismo, Quevedo, Izar y Romo (2010) realizaron una investigación transversal para medir los factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. Para la investigación, tomaron en cuenta los siguientes factores endógenos: las motivaciones -audacia, pasión, creatividad, liderazgo, innovación, competitividad, intuición, empuje, persuasión, eficacia, capacidad de

gestión y aventura- y oportunidades -poner en práctica conocimientos y experiencia, mejorar estatus, tomar riesgos, ayudar a la sociedad, ganar más dinero, ser como alguien que admira- del emprendedor que le llevaron a crear su empresa.

Además, Farmer, Yao y Kung-Mcintyre (Marulanda & Morales, 2016) afirman que, la visión que tiene un potencial emprendedor de sí mismo, también puede ser considerado un factor endógeno para emprender, pues representa una poderosa fuerza motivadora que ayuda a explicar por qué algunos individuos eligen y siguen participando en la actividad empresarial y por qué otros no lo hacen. Es lo que en la teoría de la motivación se ha reconocido como autoconcepto, y para este caso, la dimensión más específica de la autoestima, la autoeficacia (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

Marulanda y Morales (2016) realizaron una investigación con la finalidad de profundizar en el análisis de las motivaciones en un grupo de emprendedores de Medellín, Colombia. Para ello, identificaron los siguientes factores endógenos para la decisión de emprender: independencia, dinero, tipo de negocio, contribución -empleo y crecimiento del país-, oportunidad, empleo, tiempo, familia, tener algo propio, satisfacción personal, autoeficacia, decisión de cambio, crecimiento personal y profesional, gusto por emprendimiento, así como, innovar.

Por su parte, Barba-Sánchez declara que se han establecido, más o menos consensuada, los siguientes factores endógenos para emprender: deseo de independencia, mayor propensión al riesgo, alta necesidad de logro y de competencia, así como mayor preferencia por la innovación (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

Asimismo, Marulanda, Montoya y Vélez (2014) afirman que un estudio realizado con emprendedores de Nueva Zelanda Kirkwood y Brown hallaron que las principales razones para iniciar un negocio son: el deseo de independencia, ganar más dinero, buscar una oportunidad, satisfacción en el trabajo, afrontar un reto y el deseo de ser sus propios jefes.

También, Barba y Atienza (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014) documentaron los principales factores endógenos para el emprendimiento. Esta revisión de la literatura indica que factores como la necesidad de logro, la independencia, afiliación, competencia y poder poseen mayor influencia en la decisión de iniciar un negocio que ganar dinero o ser jefe de

uno mismo. Además, destacan otros factores como las preferencias por la innovación y la voluntad de asumir riesgos.

En 1992, García (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014) agrupó las motivaciones de los emprendedores en las siguientes categorías:

Aspiraciones personales. Son las motivaciones positivas de seguridad, de lucro, de servicio social, de independencia y el interés por las tareas directivas.

- Motivaciones de carácter material. Es la acumulación de capital, poseer un local bien ubicado y las relaciones sociales.
- Motivaciones negativas. Se refieren a las experiencias laborales que hayan causado frustraciones profesionales.
- Obtención de conocimientos específicos sobre el mercado, el producto y asuntos relacionados a estos.

Además, en 2008, Morales, Gutiérrez y Roig diseñaron un modelo conformado por cinco dimensiones y 12 subdimensiones con la finalidad de explicar las motivaciones de los emprendedores académicos en España. Estas dimensiones, son (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014); (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2018):

1. Personal

- Necesidad de logro (cumplir con un sueño o meta personal, alcanzar nuevos retos personales, vivir una experiencia que permita crecimiento personal)
- Necesidad de independencia (autonomía e independencia en el trabajo, mejora del entorno del trabajo personal, mayor flexibilidad en el uso del tiempo)
- Deseo de riqueza (tener un medio de subsistencia, obtener altos ingresos económicos, construir un negocio familiar)

2. Conocimiento científico

- Deseo de aplicar conocimiento (explotar comercialmente el conocimiento y la experiencia personal, explotar comercialmente una innovación generada a partir de resultados de investigación)
- Transferencia de conocimiento (explotar comercialmente una innovación generada a partir del conocimiento y la tecnología provisto por otros)

3. Disponibilidad de recursos

- Financieros (invertir los recursos propios o de la familia, posibilidad de financiación externa, responder a convocatorias externas (públicas y/o privadas, existencia de apoyos públicos)
- Redes sociales (disponibilidad de una red de contactos en el mercado potencial, poner en prácticas las habilidades emprendedoras que posee, conocimiento de posibles emprendedores, políticas públicas y estímulos para el emprendimiento, acompañamiento externo público y/o privado)
- Instalaciones de producción

4. Organización/incubadora

- Barreras organizacionales (inconformidad con la situación laboral cuando se es empleado, terminación de vinculación laboral)
- Infraestructura de apoyo (detección de una necesidad insatisfecha, descubrimiento de un nuevo producto o servicio, desarrollo de un nuevo método de producción, oportunidad de continuar en una empresa propia)

5. Entorno social

- Modelos de rol (continuar con la tradición familiar de emprendedores, influencia de los amigos, seguir el ejemplo de empresas o proyectos exitosos, lograr un mejor estatus social)
- Actitudes hacia el emprendimiento (existencia de organizaciones de fomento al emprendimiento, campañas de fomento a la creación de empresas, actitud existente en el entorno hacia la creación de empresas, generar empleo, contribuir al bienestar de la comunidad)

Particularmente, las motivaciones de tipo personal o factores endógenos comprenden tres dimensiones -necesidad de logro, de independencia y el deseo de riqueza- y de acuerdo con Marulanda, Montoya y Vélez (2014) pueden ser decisivas en la determinación de convertirse en emprendedor. De las tres dimensiones, la más estudiada, tal como se ha mencionado anteriormente, ha sido la **necesidad o motivación de logro**. Este elemento, se relaciona también con el deseo de superación y progreso, que lleva a los individuos a buscar siempre un estadio superior en sus actividades (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014). Asimismo, Collins, Hanges y Locke concluyen que la necesidad o motivación de logro se correlaciona significativamente con la elección de carrera y el rendimiento empresarial (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

El término **independencia** también conocido como autonomía se describe como un deseo individual de libertad, control y flexibilidad en el uso del tiempo. Al respecto, Carter *et al*; Raposo, Paco & Ferreira (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014) afirman que este término incluye aspectos como el anhelo de un individuo de planear su trabajo y tomar sus propias decisiones. También, Shane *et al.* (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014) declaran que la independencia implica tener la responsabilidad de usar su propio juicio en lugar de seguir ciegamente las afirmaciones de los demás; asimismo, asumir la responsabilidad de la propia vida en lugar de vivir de los esfuerzos de otros. Además, por encima de la recompensa económica, para las mujeres es muy importante la flexibilidad en el uso del tiempo, especialmente cuando son madres, pues de esta forma pueden estar más presentes en la crianza de sus hijos. Kirkwood encontró que a las emprendedoras madres no les importa tanto el crecimiento de su negocio como el poder compartir con sus hijos (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

Para muchos investigadores, el **deseo de riqueza** o éxito financiero como también se le conoce ha sido uno de los objetivos principales de los emprendedores e implica las intenciones de las personas de ganar más dinero y lograr seguridad y éxito financiero, tal como lo afirman Raposo, Paco & Ferreira, 2008; Edelman, Brush, Manolova y Green (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014). Además, Carter *et al.* Afirman que también los aspectos como ganar seguridad para sí mismo, el cónyuge e hijos y contribuir al bienestar de los familiares son elementos que suman para el deseo de riqueza (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014). La tabla. No 1., describe estas dimensiones y sus elementos principales.

Tabla. N° 1. Motivaciones de tipo personal. Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Marulanda, Montoya y Vélez (2014) y Marulanda, Montoya y Vélez (2018)

Motivaciones de tipo personal	
Necesidad de logro	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con un sueño o meta personal - Alcanzar nuevos retos personales - Vivir una experiencia que permita crecimiento personal
Necesidad de independencia	<ul style="list-style-type: none"> - Autonomía e independencia en el trabajo - Mejora del entorno del trabajo personal - Mayor flexibilidad en el uso del tiempo
Deseo de riqueza	<ul style="list-style-type: none"> - Tener un medio de subsistencia - Obtener altos ingresos económicos - Construir un negocio familiar

Estás dimensiones fueron empleadas en la investigación realizada en Bogotá, Colombia por Marulanda, Montoya y Vélez (2018) con la finalidad de conocer las motivaciones del individuo en el proceso emprendedor. En ella, encontraron que los siguientes factores endógenos son determinantes motivaciones al momento de emprender: cumplir con un sueño o meta personal, alcanzar nuevos retos personales, vivir una experiencia que permita crecimiento personal, tener autonomía e independencia en el trabajo, mejora del entorno de trabajo personal, mayor flexibilidad en el uso del tiempo, poseer un medio de subsistencia, obtener altos ingresos económicos y construir un negocio familiar.

Jiménez-Silva *et al* (2019) realizaron una investigación con la finalidad de caracterizar los emprendimientos innovadores, a partir de las competencias cognitivas fomentadas en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. En el estudio identifican los siguientes factores endógenos que propician el emprendimiento: proceso cognitivo, económico, liderazgo, innovación, conocimientos, experiencia y herramientas tecnológicas.

Para el GEM, existen cinco factores endógenos que caracterizan al emprendedor actual y potencial, mismos que consisten en (Guzmán, Cuervo, & Ibarra, 2018): grado de innovación que genera, el perfil del emprendedor (incluye el nivel de educación), el tipo de tecnología empleada por el emprendedor, la clase de motivación que llevan a las personas a emprender y desarrollar diferentes tipos de innovaciones y las fuentes de financiamiento utilizadas por el emprendedor.

Para Ibarra, Castrillo y Guzmán (2015) las definiciones que se muestran enseguida, con respecto a los factores del modelo GEM, fueron desarrolladas inicialmente por la London Business School y Babson Collage:

- a. Innovación aplicada por el emprendedor: Se consideran el número de clientes potenciales que pueden considerar a su producto o servicio innovador o nada conocido. También se toma en cuenta el número de negocios que ofrecen los mismos productos o servicios a sus clientes potenciales.
- b. Perfil o habilidades del emprendedor: Conocimiento y habilidades nuevas para emprender: según edad: 18 a 64, sexo, estado civil, nivel de estudios, nivel de Ingresos, condiciones laborales (empleado o desempleado), sector productivo en el que trabaja y según zona a la que pertenece el empresario actual o potencial (rural o urbana).

- c. Tecnología empleada por el emprendedor: Tiempo a partir del cual es posible acceder a las tecnologías necesarias para producir el producto o servicio que ofrece el negocio.
- d. Motivación del emprendedor: Principal motivo para aprovechar la coyuntura de emprender (por necesidad u oportunidad)
- e. Tipo de financiación que utiliza el emprendedor: capital total necesario para la puesta en marcha del negocio. Según tiempo previsto sobre retorno de la inversión del nuevo negocio y porcentaje de rentabilidad sobre la inversión monetaria del nuevo negocio en los próximos 10 años.

En este sentido, Valdivieso (2009) afirma que dentro estos factores endógenos que propone el GEM, la motivación para emprender puede ser producto de aprovechar la oportunidad para el emprendimiento a partir de la idea específica de un negocio o bien el deseo de iniciar uno nuevo. Además, considera la expectativa de incrementar los ingresos o el autoempleo.

Asimismo, Ibarra y Gómez (Valdivieso, 2009) refieren que en cuanto a la tecnología empleada por el empresario, esta variable se enfoca al tiempo en el cual el empresario puede acceder a la tecnología necesaria para producir el producto o servicio. Mientras que la variable de innovación considera a los clientes potenciales que pueden tomar en cuenta el producto innovador, así como a las otras empresas que ofrecen productos similares a los productos potenciales.

En este contexto, Acosta, Zárate e Ibarra (2014) realizaron un estudio para caracterizar el emprendedor Latinoamericano, a partir del Modelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). En él, tomaron en cuenta los siguientes factores endógenos que caracterizan al empresario actual y potencial: motivación del empresario y perfil o habilidades del empresario.

El primer factor -motivación del empresario- se refiere al principal motivo para aprovechar la oportunidad de emprender. En este, se plantea diversas razones: motivación primaria de emprendimiento o deseo de poner un negocio, existencia de oportunidades, modelo de referencia o haber conocido personalmente a un emprendedor en los dos últimos años, autoempleo, expectativas de ingresos y miedo al fracaso para emprender.

Esto es, si en el país o región la mayoría de la gente opina que iniciar un negocio es una opción profesional atractiva (Acosta, Zárate, & Ibarra, 2014). En cuanto al segundo factor -perfil o habilidades del empresario- este es determinado por el GEM, de acuerdo a la edad, donde los participantes

deben estar en el rango entre 18 y 64 años, según el género, estado civil, nivel de estudios, nivel de ingresos, condiciones laborales (empleado o desempleado), sector productivo en el que trabaja y según la zona a la que pertenece el empresario actual o potencial, ya sea rural o urbana (Acosta, Zárate, & Ibarra, 2014)

Asimismo, Mathieu (Ayala, Llanos, & Núñez, 2019) afirma que dentro de los rasgos de personalidad, los más característicos de jóvenes con inclinación hacia el emprendimiento son: locus de control interno, propensión al riesgo, necesidad de logro; mientras que Olivos (Ayala, Llanos, & Núñez, 2019) suma los factores de creatividad e imaginación como factores que favorecen los motivos para emprender.

Por su parte, el profesor Timmons (Figarella & Trujillo, 2009) presenta un modelo que describe el comportamiento del emprendedor en términos de tres elementos que debe armonizar el emprendedor con los factores endógenos y exógenos para valorar el riesgo de intentar aprovechar una oportunidad con un equipo y unos recursos que se adapten a la dinámica de la oportunidad detectada. Para el profesor Timmons, la aplicación de conocimientos es el factor endógeno con mayor importancia al momento de emprender.

Finalmente, la capacidad de aprender y la visión del rol innovador del empresario es lo que permite a los emprendedores actuales o potenciales, a pesar de los fracasos y las frustraciones, lograr sus objetivos quebrando viejos patrones y creando su propio nuevo orden, tal como lo plantean Schumpeter y Gilder.

Discusión

Como se pudo observar, existen una serie de investigaciones sobre emprendimiento enfocadas al estudio de los factores -endógenos- que motivan a las personas a crear y administrar su propia empresa. Es importante destacar que, de acuerdo con Kroeck & Bullouhg (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014) en principio se pensaba que la motivación económica era el factor endógeno principal para emprender, pues se consideraba que los emprendedores buscaban, ante todo, la forma de maximizar sus ganancias. Sin embargo, no siempre es así, los autores afirman que hay emprendedores que, mediante la creatividad e innovación, buscan alcanzar metas que beneficien a la colectividad. Tal es el caso, de

los investigadores que encuentran la cura para alguna enfermedad o los emprendedores sociales, en general.

Además, el factor “logro” es el elemento que más se ha estudiado como principal rasgo de la personalidad que se puede desarrollar y que lleva a un individuo a convertirse en un emprendedor de éxito.

El principio de autoeficacia percibida de Bandura que se refiere a la creencia que tiene una persona de poseer las capacidades para desempeñar las acciones necesarias que le permitan obtener los resultados deseados, también es un factor que se relaciona con el emprendimiento, pues el individuo tiene expectativas de sí mismo y buscará la forma de motivarse mediante tareas desafiantes o retos que le impliquen un trabajo mental complejo, como iniciar una empresa o en qué mercados participar.

En general, los factores endógenos “logro, independencia y riqueza” son los más recurrentes en las investigaciones descritas. La necesidad de logro se relaciona con el deseo de superación y progreso, que lleva a los individuos a buscar siempre un nivel superior en sus actividades. También se relaciona con la elección de carrera y el rendimiento empresarial.

Por su parte, la necesidad de independencia, también se le conoce como autonomía y se describe como un deseo individual de libertad, control y flexibilidad en el uso del tiempo. Incluye aspectos como el anhelo de un individuo de planear su trabajo y tomar sus propias decisiones. Mientras que el deseo de riqueza, también conocido como éxito financiero, implica las intenciones de los individuos de ganar más dinero y lograr la seguridad financiera. Así como ganar seguridad para sí mismo, el cónyuge e hijos y contribuir al bienestar de los familiares.

La tabla No. 2 presenta los indicadores más importantes que se han descrito con respecto a los factores endógenos para la decisión de emprender.

Tabla N° 2. Factores endógenos para emprender. Fuente: Elaboración propia

Factores	Autor(es)
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de logro - Necesidad de independencia - Deseo de riqueza - Seguridad - Lucro - Servicio social - Independencia - Interés por las tareas directivas 	<p>McClelland (1965) Autio y Kaurannen (1994) (Varela & Bedoya, 2006) García (1992)</p> <p>(Marulanda & Morales, 2016)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Motivaciones del emprendedor que le llevaron a crear su empresa - Audacia - Pasión - Creatividad - Liderazgo - Innovación - Competitividad - Intuición - Empuje - Persuasión - Eficacia - Capacidad de gestión - Aventura 	<p>(Quevedo, Izar, & Romo, 2010)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidades del emprendedor que le llevaron a crear su empresa - Poner en práctica conocimientos y experiencia - Mejorar estatus - Tomar riesgos - Ayudar a la sociedad - Ganar más dinero - Ser como alguien que admira 	
<ul style="list-style-type: none"> - Visión de sí mismo 	<p>Farmer, S. M., Yao, X., & Kung-Mcintyre, K. (2011).</p> <p>(Marulanda & Morales, 2016)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Independencia - Dinero - Tipo de negocio - Contribución -empleo y crecimiento del país- - Oportunidad - Empleo - Tiempo - Familia - Tener algo propio - Satisfacción personal - Autoeficacia - Decisión de cambio - Crecimiento personal y profesional - Gusto por emprendimiento - Innovar 	<p>(Marulanda & Morales, 2016)</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de independencia - Mayor propensión al riesgo - Alta necesidad de logro y de competencia - Mayor preferencia por la innovación 	<p>(Barba-Sánchez, 2007)</p> <p>(Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de independencia - Ganar más dinero - Buscar una oportunidad - Satisfacción en el trabajo - Afrontar un reto - Deseo de ser sus propios jefes 	<p>(Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de logro - Independencia - Afiliación - Competencia - Poder - Preferencias por la innovación - Voluntad de asumir riesgos 	<p>(Barba y Atienza, 2012)</p> <p>(Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Aspiraciones personales. Seguridad, de lucro, de servicio social, de independencia y el interés por las tareas directivas - Motivaciones de carácter material. Acumulación de capital, poseer un local bien ubicado y las relaciones sociales. - Motivaciones negativas. Experiencias laborales que hayan causado frustraciones profesionales. - Obtención de conocimientos específicos sobre el mercado, el producto y asuntos relacionados a estos. 	<p>(García, 1992)</p> <p>(Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014)</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Personal <ul style="list-style-type: none"> Necesidad de logro Necesidad de independencia Deseo de riqueza 2. Conocimiento científico <ul style="list-style-type: none"> Deseo de aplicar conocimiento Transferencia de conocimiento 3. Disponibilidad de recursos <ul style="list-style-type: none"> Financieros Redes sociales Instalaciones de producción 4. Organización/incubadora <ul style="list-style-type: none"> Barreras organizacionales Infraestructura de apoyo 5. Entorno social <ul style="list-style-type: none"> Modelos de rol Actitudes hacia el emprendimiento 	<p>(Morales, Gutiérrez y Roig, 2008)</p> <p>(Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Proceso cognitivo - Económico - Liderazgo - Innovación - Conocimientos - Experiencia - Herramientas tecnológicas. 	<p>Jiménez-Silva et al (2019)</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Grado de innovación que genera - Perfil del emprendedor (incluye el nivel de educación) - Tecnología empleada por el emprendedor - Clase de motivación que llevan a las personas a emprender y desarrollar diferentes tipos de innovaciones - Fuentes de financiamiento utilizadas por el emprendedor. 	<p>Factores del Modelo GEM</p> <p>(Guzmán, Cuervo, & Ibarra, 2018) (Valdivieso, 2009) (Ibarra, Castrillo, & Guzmán, 2015)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Motivación del empresario - Perfil o habilidades del empresario 	<p>Acosta, Zárate e Ibarra (2014)</p> <p>GEM</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Locus de control interno - Propensión al riesgo - Necesidad de logro - Creatividad - Imaginación 	<p>(Mathieu, 2013)</p> <p>(Ayala, Llanos, & Núñez, 2019)</p> <p>(Olivos, 2013)</p> <p>(Ayala, Llanos, & Núñez, 2019)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de conocimientos 	<p>(Timmons, 1999)</p> <p>(Figarella & Trujillo, 2009)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de aprender 	<p>Schumpeter (1934) (Gilder, 1984)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Imitador 	<p>Baumol (1997)</p>

Conclusiones

En las investigaciones descritas, los autores mencionados tienen su propia forma de presentar los distintos factores endógenos que inciden en los emprendedores. En este sentido, es posible destacar las más representativas.

Por una parte, Marulanda y Morales (2016) así como Jiménez *et al* (2019) consideran que la necesidad de logro es la más estudiada por su relación con el deseo de superación y McClelland coincide con estos autores de la misma manera que Martínez, Mira y Gómez al considerar a este factor como una de las claves del emprendimiento. Por otra parte, para García es posible agrupar las motivaciones en cuatro categorías -aspiraciones personales, motivaciones de carácter material, motivaciones negativas y la obtención de conocimientos-. En el caso de Morales, Gutiérrez y Roig lograron el diseño de su propio modelo para explicar este tema considerando cinco dimensiones (personal, conocimiento científico, disponibilidad de recursos, organización/incubadora y el entorno social).

Otra clasificación que vale la pena destacar es la realizada por Marulanda, Montoya, & Vélez (2014),(2018), en ella se dividen las motivaciones personales en tres grupos -necesidad de logro, necesidad de independencia y deseo de riqueza-.

Mientras que, en la aportación de Quevedo, Izar y Romo (2010) se toman en cuenta dos factores; las motivaciones y oportunidades. Solo se presentó un caso en el que un factor fue mencionado solo por una fuente, dicho factor es la visión que tiene un emprendedor de sí mismo, es decir su autoconcepto y se describe en la aportación de Yao y Kung Mcintyre.

Una vez mencionado lo anterior y según la información analizada en esta investigación se puede llegar a algunas conclusiones, una de ellas es que, a pesar de que los factores mencionados por los distintos autores llevan nombres diferentes, la mayoría coinciden en establecer a factores como la necesidad de logro, necesidad de independencia y el deseo de riqueza como algunos de los que más influyen en los emprendedores a la hora de tomar la decisión de aperturar una nueva empresa. Lo que contradice la creencia popular que dicta que siempre que alguien decide emprender, lo hace por la necesidad económica como su principal motivación.

Los factores endógenos descritos en el presente artículo permitirán el desarrollo de indicadores y la elaboración de los ítems que construyan el instrumento para identificar los factores endógenos que motivaron a los microempresarios en la región Sur de Veracruz, México para el emprendimiento.

Referencias

- Acosta, P. J., Zárate, T. A., & Ibarra, M. A. (junio de 2014). Caracterización del emprendedor latinoamericano, a partir del modelo Global Entrepreneurship Monitor - GEM. *Revista Económicas CUC*(35), 135-155.
- Ayala, R. E., Llanos, O. M., & Núñez, J. J. (junio de 2019). Análisis de la intención emprendedora a partir de una intervención en herramientas de emprendimiento, para estudiantes de la carrera de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad Arturo Prat, Iquique, Chile. *Revista Perspectiva*, 2(20), 129-139.
- Figarella, V.X., & Trujillo, D.E. (2009). *Apoyo al desarrollo del emprendimiento en la educación superior utilizando estrategias de aprendizaje activo en el diseño de instrucción de asignatura de corte científico. Caso de estudio.*

- Guzmán, P. F., Cuervo, C. H., & Ibarra, M. A. (junio de 2018). Innovación y emprendimiento en educación: caso latinoamérica. *Innovación y emprendimiento en educación*(9), 43-57.
- Ibarra, M. A., Castrillo, G. A., & Guzmán, P. F. (2015). Innovación como variable fundamental del modelo de emprendimiento “GEM”: Análisis de sus factores. Medellín, Colombia.
- Jiménez-Silva, W., Larrea-Altamirano, J., Navarrete-Fonseca, M., & Castro-Ayala, E. (2019). Emprendimientos innovadores a partir de competencias cognitivas en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85).
- Marulanda, V. F., & Morales, G. S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(81), 12-28.
- Marulanda, V. F., Montoya, R. I., & Vélez, R. J. (Enero de 2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y gestión*(36), 204-236.
- Marulanda, V. F., Montoya, R. I., & Vélez, R. J. (junio de 2018). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad & Empresa*, 36(21), 149-174.
- Morales-Gualdrón, S. T., Gutiérrez-Gracia, A., & Roig-Dobon, S. (septiembre de 2009). The entrepreneurial motivation in academia: A multidimensional construct. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 301-317.
- Quevedo, M. L., Izar, L., & Romo, R. (Marzo de 2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*(46), 57-63.
- Valdivieso, O. G. (Mayo de 2009). Reflexiones en torno a la empresarialidad y el desarrollo local. *Revista Pueblos y Fronteras digital. Iniciativa empresarial y desarrollo local en América Latina*(6), 1-26.



REVISTA COLOMBIANA DE CONTABILIDAD 
ISSN: 2339-3645 ISSN (en línea): 2619-6263

[Edición actual](#)[Todas las ediciones](#)[Enfoque y alcance](#)[Enviar un artículo](#)[Avisos](#)[Indexaciones](#)[Sobre la revista](#) ▼[Buscar](#)[Inicio](#) / [Indexaciones](#)

Indexaciones



REDIB es una plataforma de agregación de contenidos científicos y académicos en formato electrónico producidos en el ámbito iberoamericano, relacionados con él en un sentido cultural y social más amplio y geográficamente no restrictivo.

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

DOAJ es un directorio en línea comisariada por la comunidad que indexa y proporciona acceso a revistas de alta calidad, acceso abierto y revisadas por pares. DOAJ es independiente. todos los servicios de DOAJ son gratuitos, incluido el indexado en DOAJ. Todos los datos están disponibles gratuitamente.



CLASE es una base de datos bibliográfica creada en 1975 en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). La base de datos se actualiza diariamente y más de 10 mil registros son agregados cada año. Ofrece alrededor de 350 mil registros bibliográficos de artículos, ensayos, reseñas de libro, revisiones bibliográficas, notas breves, editoriales, biografías, entrevistas, estadísticas y otros documentos publicados en cerca de 1 500 revistas de América Latina y el Caribe, especializadas en ciencias sociales y humanidades.



Latindex es producto de la cooperación de una red de instituciones que funcionan de manera coordinada para reunir y disseminar información sobre las publicaciones científicas seriadas producidas en Iberoamérica. La idea de creación de Latindex surgió en 1995 en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y se convirtió en una red de cooperación regional a partir de 1997. Incluye revistas de investigación científica, técnico-profesionales y de divulgación científica y cultural que se editan en América Latina, el Caribe, España y Portugal. Además, ofrece información sobre revistas con contenidos iberoamericanistas editadas en cualquier parte del mundo. Las revistas pueden ser impresas o electrónicas, de todas las disciplinas científicas.



BASE es uno de los motores de búsqueda más voluminosos del mundo, especialmente para recursos web académicos. BASE proporciona más de 150 millones de documentos de más de 7,000 fuentes. Puede acceder a los textos completos de aproximadamente el 60% de los documentos indexados de forma gratuita (acceso abierto). BASE es operado por la Biblioteca de la Universidad Bielefeld.



Actualidad Iberoamericana es un Índice Internacional de revistas publicadas en idioma Castellano, en diversos países iberoamericanos. Actualidad Iberoamericana provee información básica sobre revistas en idioma castellano en diversas áreas de las ciencias, las ingenierías y las humanidades, y las cataloga por áreas del conocimiento.

MIAR

Matriz de Información para el Análisis de Revistas

La base de datos MIAR reúne información clave para la identificación y el análisis de revistas. Éstas se agrupan en grandes áreas científicas –subdivididas a su vez en campos académicos más específicos–. El sistema crea una matriz de correspondencia entre las revistas, identificadas por su ISSN y las bases de datos y repertorios que las indizan o incluyen. Además, se indica el vínculo a las webs de los editores e instituciones responsables de los repertorios y fuentes siempre que se dispone del mismo. MIAR es un instrumento de apoyo para quienes han de realizar labores de evaluación: ahora disponen de datos sobre la identidad y la difusión de las revistas donde se publican los trabajos objeto de evaluación. MIAR incluye más de 40.000 publicaciones, para cada una de las cuales se analiza su presencia en bdds y repertorios multidisciplinares y como resultado se obtiene su ICDS.



La Red Colombiana de Editores y Revistas Contables, REDITORES, es una organización académica autónoma, independiente, amplia, pluralista e incluyente, conformada por los editores, directores y agentes responsables de las revistas especializadas en Contabilidad o que incluyen esta disciplina en sus intereses académicos prioritarios. Igualmente hacen parte de la red, las revistas y sus equipos de

gestión editorial, en representación de las instituciones de educación superior a las que están adscritas y de las formas asociativas que agrupan sus facultades, escuelas, departamentos y programas de Contaduría Pública.



Google Académico es un buscador de Google enfocado y especializado en la búsqueda de contenido y bibliografía científico-académica

[Enviar un artículo](#)

Idioma

[Español \(España\)](#)

[Français \(France\)](#)

[Português \(Brasil\)](#)

[English](#)

[Open Journal Systems](#)

Información

[Para lectores/as](#)

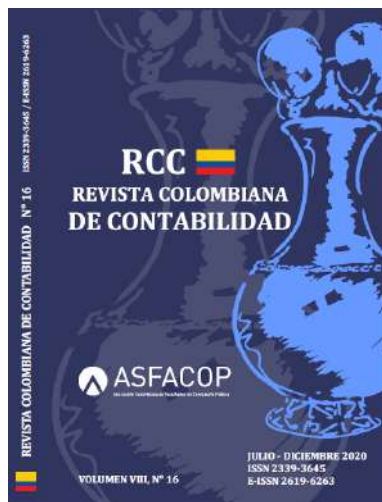
[Para autores/as](#)

[Para bibliotecarios/as](#)

Palabras clave

[Edición actual](#)[Todas las ediciones](#)[Enfoque y alcance](#)[Enviar un artículo](#)[Avisos](#)[Indexaciones](#)[Sobre la revista](#) ▾[Buscar](#)[Inicio](#) / [Archivos](#) / Vol. 8 Núm. 16 (2020): Revista Colombiana de Contabilidad

Vol. 8 Núm. 16 (2020): Revista Colombiana de Contabilidad



Julio-Diciembre 2020

Publicado: 2020-07-01

Preliminares

Editorial. La actitud crítica y la movilización de la acción: aportes para una comprensión contextual y contextualizada de la contabilidad

Andrés Cabrera Narvaez

9-18



Contabilidad financiera, finanzas y sistemas contables

Adopción de estándares de información financiera en el sector telecomunicaciones: conjeturas a partir de una revisión de literatura

Carlos Eduardo Castaño Ríos, Jaime Alberto Guevara Sanabria, Elkin Horacio Quirós Lizarazo
19-40



Importancia de la capacitación financiera en el desarrollo y profundización del mercado de derivados colombiano

Leidy Katerine Rojas Molina
31-52



Tributación, Estado y derecho contable

La responsabilidad fiscal en tiempos del Covid-19

Miguel Eduardo Cuervo R., Fernando Angel LHoeste
53-74



Tendencia del presupuesto de gastos de los Fondos de Desarrollo Local (FDL) del Distrito Capital, 2008-2017

Héctor David Bejarano, Jenny Paola Beltrán, Francy Marcela Alfonso
85-100



Contabilidad social y ambiental

Extractivismo y Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: un acercamiento a través del caso Drummond

Daniel Santiago Malaver Rivera, Efrén Danilo Ariza Buenaventura
101-150



Herramienta electrónica como instrumento para la cuantificación de los costos socioambientales bajo la nueva normativa contable y financiera en una empresa del sector industrial – avícola- en Bucaramanga, caso práctico

Sindy Mayerly Pérez Pérez, Hugo Moraga Flores

151-169



PDF

Contabilidad del sector público

Análisis del impacto administrativo y financiero de la implementación de la resolución 533 del 2015 en entidades del municipio de Armenia, Quindío

Deicy Arango M., Olga Inés Ceballos R., Luz Amparo Mejía C.

171-197



PDF

Contabilidad, economía y organizaciones

Factores endógenos para emprender

José Luis Sánchez Leyva, Diana Edith Sánchez Zeferino, Helena del Carmen Zapata Lara

199-214



PDF

[Enviar un artículo](#)

Idioma

[Español \(España\)](#)

[Français \(France\)](#)

[Português \(Brasil\)](#)

[English](#)

[Open Journal Systems](#)