

COLEGIO MAYOR UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

Autores:

Martha Buitrago Herrera  
Jefferson Gómez Sandoval  
Andrés Noguera García

CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR PARA LOS  
ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL ROSARIO  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Bogotá, Colombia 2014

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

Autores:

Martha Buitrago Herrera  
Jefferson Gómez Sandoval  
Andrés Noguera García

CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR PARA LOS  
ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL ROSARIO  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Profesor:

Sergio Pulgarín Molina

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Bogotá, Colombia 2014

## **Tabla de contenido**

1. Introducción .....	4
2. Fundamentación teórica y conceptual.....	9
3. Marco Metodológico.....	16
4. Presentación y Análisis de resultados .....	21
5. Consolidación .....	32
6. Referencias Bibliográficas .....	35

## **Lista de Gráficos**

Gráfico 1. Clasificación por Género. ....	24
Gráfico 2. Clasificación general de los pregrados de Administración.....	26
Gráfico 3. Clasificación por rango de edad.....	30

## **Lista de Tablas**

Tabla 1. Distribución de muestra por programa.....	21
Tabla 2. Centro de Emprendimiento .....	28

## GLOSARIO

1. **Emprendimiento:** es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.
2. **Emprendedor:** individuo que es capaz de acometer un proyecto rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se les atraviesa a su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación suficiente que le da el apoyo que necesita.
3. **CCE:** características del comportamiento emprendedor, estudio que relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland, con un conjunto de variables asociadas a la personalidad del emprendedor, que validadas mediante un cuestionario estructurado de 55 preguntas, dan como resultado una caracterización del comportamiento del individuo categorizado en 10 variables asociados a emprendimiento.
4. **GEM:** el Proyecto GEM (General Entrepreneurship Monitor) es un proyecto de investigación que se inició para analizar, de manera exhaustiva, la relación que hay entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico de los países. El modelo conceptual ha acabado reflejando una extensa relación entre los factores asociados a las variaciones de la actividad emprendedora y las características de tipo contextual más importantes de cada uno de los países analizados. El análisis empírico y el contraste de las relaciones establecidas en el modelo han hecho necesario, sin embargo, la obtención de principalmente tres fuentes de información: encuestas a la población adulta, encuestas y entrevistas en profundidad a expertos en la materia a nivel regional y nacional y, por último, datos estandarizados y homogeneizados obtenidos de fuentes de información de todos los países analizados. El proyecto se inició en el año 1999, año a partir del cual la participación de países se ha ido incrementando de manera considerable.

5. Innovación: el concepto de innovación debe su etimología al latín, y se define según el Diccionario de la Real Academia Española de dos modos. Por un lado, se considera innovar a alterar cualquier cosa introduciéndole novedades. Las personas constantemente están innovando y probando alternativas para su trabajo, estudio o en cualquier ámbito de la vida. Sin embargo, la acepción más importante es la que tiene en el ámbito económico: acción de modificar un producto para su introducción en el mercado. Lo fundamental de la innovación es que toma todo lo ya existente y lo reconstruye, lo reorganiza o lo muda agregándole algo nuevo. Si bien la definición primera hace referencia solamente al uso que se hace del término en microeconomía, la innovación ha trascendido el mundo del desarrollo de los productos.
  
6. Currículo: currículo o currícula hace referencia al diseño que planifica las actividades académicas. Incluye criterios, contenidos, objetivos y evaluaciones, los que entre todos configuran una previsión de la forma en que se dará el aprendizaje. Este sinónimo de curriculum con currícula se produce por su etimología desde el latín, asociado a la palabra ‘carrera’. Se entiende que la educación es un proceso en el que los conocimientos solo se complementan verdaderamente a partir de un plan general (una “carrera”), con contenidos relevantes y flexibles, propuestas realistas y actividades diversas, sujetas a la individualidad de cada alumno.

## **RESUMEN**

El emprendimiento como campo de estudio ha cobrado una creciente relevancia en las agendas académicas y gubernamentales del último quinquenio por su capacidad para empujar el desarrollo económico y los procesos de innovación en los países. Un ejemplo de ello es Colombia, donde el nivel de impacto ha sido tan elevado que se han formalizado desde marcos regulatorios como la ley 1014 del 2006 para el fomento a la cultura empresarial, hasta instituciones de todo tipo para el fomento al emprendimiento empresarial. No obstante, los esfuerzos por estructurar espacios para estimular el emprendimiento deben trascender más allá del simple asistencialismo, para centrarse en la definición de planes estratégicos que permitan la formación de emprendedores de una

manera articula y congruente con objetivos y políticas claramente identificadas. Por tal razón, desde el centro de emprendimiento de la Universidad de Rosario se impulsó el desarrollo de un estudio que permitiese la caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes, a fin de identificar sus fortalezas y debilidades. Este estudio toma como base la metodología de características del comportamiento emprendedor o CCE para estudiar los alumnos de pregrado de la Facultad de Administración en cada uno de sus tres programas. Al final con estos resultados el Centro Emprendimiento podrá formular cada uno de sus planes, programas y proyectos, así como también políticas asociadas al desarrollo de las cualidades necesarias para formar mejores emprendedores (Pulgarín, S. 2011).

**Palabras Clave:** Emprendimiento, desarrollo, formación, políticas, individuo, empresa.

### **ABSTRACT**

Entrepreneurship as a field of study has gained a significant role in the academic and government agendas stated at a five- year term as it consolidates economic development and innovation processes in different countries. One example of this is Colombia, in which the impact has been obvious to get regulatory formal frameworks as 1014 of 2006 Law to foment an entrepreneurial culture, as well as institutions for the development of entrepreneurship. However, all efforts to have spaces to stimulate this aspect should go further the design of strategic planning that allows the formation of entrepreneurs based on articulated aims and policies clearly identified. For this reason, in the entrepreneurship department of Universidad del Rosario a study was made which set up the characterization of the entrepreneur profile of students to identify weaknesses and strengths. This study used the methodology based on the characteristics of entrepreneur behavior to make the study involving Business Administration students in each of the three academic programs. Finally, considering the results of this study, this department can design its programs and projects as well as all the policies to develop the necessary qualities to form better entrepreneurs (Pulgarín, S. 2011).

**Key Words:** Entrepreneurship, development, formation, policies, individual, companies.

## **1. Introducción**

### **1.1 Problema**

El currículo es la estructura diseñada por las universidades para generar un aprendizaje en los estudiantes a lo largo de su carrera, el cual se divide semestralmente y va haciendo que los estudiantes obtengan paso a paso nuevas aptitudes. También tiene como objetivo generar un conocimiento sobre un área en específico.

Universidades en Colombia, por ejemplo la Javeriana, han mostrado en trabajos de grado el análisis de los factores claves del programa de Administración de Empresas que le permiten a los estudiantes desarrollar una mentalidad empresarial y así determinar los factores claves del éxito empresarial y de la construcción de una mentalidad emprendedora, tomando en cuenta el número de empresas que fueron legalmente constituidas por los estudiantes de la universidad. Otro caso que podemos tomar de ejemplo es de la Universidad de San Martín de Lima donde se evaluó a los estudiantes para obtener las características más relevantes de los estudiantes emprendedores y como la universidad ha tomado partido en estas decisiones de generación emprendedora.

Estos proyectos permitieron establecer una relación específica entre los factores básicos del emprendimiento (actitudes de los estudiantes hacia el entorno, propias potencialidades, la innovación y el emprendimiento) y los rasgos característicos de los estudiantes (semestre, sexo, edad, entorno universitario). Conociendo esto se permitió identificar las debilidades o deficiencias en el logro de una adecuada formación (desde la universidad) para el perfil emprendedor. Para lograr establecer estrategias curriculares basadas en dichos criterios.

Ahora, tomando esto como referencia, el estudio que se realizará está dado para conocer el impacto del currículo en el perfil emprendedor de los estudiantes de la escuela de administración de la universidad del Rosario.

## 1.2 Justificación

El emprendimiento en Colombia ha tendido a tener una fluctuación debido a factores externos e internos tales como cambios de gobierno o la generación de leyes gubernamentales como la ley 1014 de 2007, la cual se rige bajo un marco de apoyo a los emprendedores en la generación de nuevas empresas (pymes) con el fin de hacer que estas compitan dentro de un mercado, generen empleo y además logren tener perdurabilidad y estabilidad en el tiempo. El crecimiento que ha tenido el emprendimiento se puede observar en el estudio realizado por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) a Colombia durante los años 2006 a 2010 donde se muestra una actividad de creación empresarial entre el 20% y 22% teniendo su punto más alto en el año 2006 y el más bajo en el 2010 asociado esta última a la incertidumbre de cambio de gobierno. Este documento expone el emprendimiento como un fenómeno integrado por tres marcos esenciales: el individuo; las empresas, y el marco institucional, económico y político dentro de la sociedad; estos, de manera conjunta pueden soportar y catalizar el desarrollo económico de los países.

Como antecedente, el *Enterpreneurship* emerge en el sentido de la producción y formalmente fue reconocido por primera vez por Alfred Marshall, en 1880. Él introduce un nuevo factor de producción a los tres ya existentes: tierra, trabajo y capital, agregando la organización como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Es decir, el *Enterpreneurship* es el elemento que está detrás de la organización, dirigiéndola. Además plantea que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa. Por otra parte, al igual que Mill, aseguró que los *entrepreneurs* poseen numerosas habilidades especiales y que son pocas las personas que pueden definirse de esa manera. Sin embargo reconoce que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades (Burnett, 2000:11).

Las políticas gubernamentales de Colombia han generado aparte de la ley 1014 una serie de incentivos para apoyar a un segmento más específico de la población, en este caso las mujeres trabajando con ellas en una serie de programas para fomentar espíritu emprendedor de las mismas programas como: *Programa Mujer Cabeza De Familia Microempresaria (PMCFM)*, *Programa Nacional para el Desarrollo Integral de la Mujer Empresaria*, *Feria Nacional de la Mujer Empresaria – Expo empresaria*. Planes propuestos en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) con



el objetivo de generar empleo, promover la igualdad de género y el mejoramiento de las condiciones de las mujeres en ámbitos rurales.

Para introducirnos más en el tema de trabajo, se tomara el estudio realizado por el Gem (Global Enterpreneurship Monitor) para mirar los resultados que obtuvieron en los aspectos que interesan dentro de la investigación que se realizará, para los efectos serán los factores de edad y sexo de la población.

Según el Gem (Global Enterpreneurship Monitor) el rango de edad en el que las personas más generan empresa está comprendida, para las mujeres entre los 45 y 54 años con un 38,6%. Mientras que los hombres se encuentran en este mismo rango de edad pero en una menor proporción con un 31,7%. Además basándose en este mismo estudio, se puede observar que la mayor tasa de creación de empresa se da para las personas con estudios de secundaria con un 34,8% mientras que las personas con estudios universitarios generan empresa en una menor proporción con un 30,5%.

Ahora bien, ya habiendo visto algunos datos del GEM en Colombia se definirán los factores que influyen en las personas emprendedoras estos son: los factores externos y los internos. Los externos toman en cuenta los factores económicos *“los factores económicos son una condición necesaria para que se produzca el fenómeno de emergencia empresarial, sin embargo, no son condición suficiente pues para ello sería necesario que se diera la influencia de otra serie de factores, en este caso, no económicos, entre los que ocupan un lugar fundamental los factores sociológicos”* (Guzmán; Santos, 1999).

Los factores internos pueden ser divididos en dos clases, los adquiridos (bien sea por modelos a seguir o educación) y los heredados, de acuerdo con Guzmán y Cáceres (2001), diversos autores, por medio de estudios han demostrado que *“los hijos de individuos que se dedican a la actividad empresarial muestran una mayor inclinación hacia la puesta en marcha de negocios propios que los de aquellos que desarrollan otras actividades laborales”* (Cooper., Dunkelberg, 1987).

Para efectos del estudio se tomara un factor interno específico el del aprendizaje, debido a que se ve que entre más educación adquiera una persona, mayor posibilidad habrá de que sea emprendedora o al menos de querer ser independiente (Henderson, Roger., Robertson. 1999).

Por otra parte autores como McClelland (1956) citado por Borjas (2003), dicen que “la motivación de logro es el origen del emprendimiento y la define como un proceso mental enfocado al planteamiento, búsqueda del progreso, excelencia, innovación y esfuerzo. El emprendedor busca situaciones donde asume responsabilidades en situaciones difíciles, que puede controlar, por el deseo de emprender un negocio”.

Además, Gibb (1988) afirma que los emprendedores juegan un papel fundamental en el proceso innovador, dado su búsqueda y procesamiento de nuevas oportunidades. Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública (Correa, Z. Conde, Y. Delgado, C, 2010).

De acuerdo a lo anterior, el objetivo central del estudio estará dado en la clasificación por género de los estudiantes de los tres programas de la Escuela de Administración (Negocios, Empresas y Logística) de la Universidad del Rosario, también se quiere dar a conocer la caracterización del perfil emprendedor de estos mismos estudiantes. En esta investigación se utilizó la herramienta de características del comportamiento emprendedor y se identificaron las siguientes variables demográficas: edad, sexo, carrera, semestre, lugar de nacimiento, negocio formalmente constituido, negocio informal y familiar empresario, las cuales nos permitieron complementar la información obtenida y analizar más a fondo los resultados conseguidos al final del estudio. Este estudio está basado en el documento del Docente Sergio Pulgarín, realizado en el año 2011.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo general**

- Determinar el nivel de impacto del currículo en los estudiantes de la escuela de administración de la universidad del rosario dentro del periodo 2011-2013.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Relacionar el impacto que tiene el entorno en el perfil emprendedor de los estudiantes.
- Estudiar el impacto del currículo en los estudiantes.

### **1.3.3 Alcance y vinculación con el proyecto del profesor**

Este proyecto tiene como fin la clasificación por género de los estudiantes de los tres programas de la Escuela de Administración (Negocios, Empresas y Logística) de la Universidad del Rosario, además se quiere dar a conocer la caracterización del perfil emprendedor de estos estudiantes. En esta investigación se utilizó la herramienta de características del comportamiento emprendedor y se identificaron las siguientes variables demográficas: edad, sexo, carrera, semestre, lugar de nacimiento, negocio formalmente constituido, negocio informal y familiar empresario, las cuales nos permitieron complementar la información obtenida y analizar más a fondo los resultados conseguidos al final del estudio. Este estudio está basado en el documento del Docente Sergio Pulgarín, realizado en el año 2011.

## 2. Fundamentación teórica y conceptual

### 2.1 El impacto del currículo en el emprendimiento

#### **Universidad Javeriana:**

En la década de los 90 se inició una modificación en la historia de la educación planteando el tema de Emprendimiento Empresarial en todas las Instituciones Educativas (Universidades, Colegios).

Los directivos de las universidades tomaron conciencia de lo importante de este tema en la formación de los alumnos y apoyaron la creación de una cultura Emprendedora iniciada por el gobierno. En esta se desarrollaron diversas políticas de emprendimiento y se promovieron trabajos de investigativos y de creación de empresas para que así los alumnos desarrollaran sus capacidades, estando en contacto con la realidad, logrando una conciencia para que se dieran cuenta de la importancia que es tener su propia empresa generando recursos y oportunidades de trabajos a una sociedad con alto porcentaje de desempleo.

“Este fenómeno ha crecido en forma significativa en todo el mundo durante los últimos 25 años desde que Estados Unidos inició dicha experiencia”. En Colombia, el emprendimiento empresarial ha logrado una gran acogida rompiendo paradigmas y aumentando el número de conferencias, de programas de fomento empresarial y de congresos relacionados con el tema.

“El gobierno colombiano, en los últimos tiempos ha establecido una serie de políticas cuya finalidad es apoyar la creación de empresas, las reconocidas son:

- Ley 1014 de 2006: ley de Fomento de la Cultura de Emprendimiento
- Fondoemprender: Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en la ultimo año de carrera profesional o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional.
- Presidencia de la República de Colombia-Fondo Emprender: Este fondo es gerenciado por Fonade y brinda a los jóvenes la oportunidad de realizar el montaje de su propia

empresa, al facilitar el acceso a la financiación, generando empleo y bienestar socioeconómico.

• Decreto 934 de 2003:

Artículo 7. Criterios para la financiación de proyectos o iniciativas empresariales. En la definición de los criterios de priorización de los proyectos o iniciativas empresariales, el Consejo de Administración del Fondo deberá tener en cuenta como mínimo los siguientes criterios:

1. *Número de empleos directos o indirectos generados con la iniciativa empresarial.*
2. *Estudio de mercado*
3. *Sostenibilidad del proyecto*
4. *Iniciativas empresariales que generan desarrollo en los departamentos y regiones con menor grado de crecimiento empresarial e industrial.*
5. *Los demás criterios de elegibilidad determinados por el consejo de Administración.*

Con el surgimiento de estas políticas se han creado también importantes programas que tienen como objetivo capacitar a las personas emprendedoras en el desarrollo de sus planes de negocio, ofrecer asesorías para la puesta en marcha de sus compañías y llevar un registro de la actividad emprendedora del país. Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado (Padilla, L, Bolívar, M, 2008).

### **Universidad de Salamanca:**

El emprendimiento empresarial es una competencia que desarrollada como parte inherente de la formación profesional permite a las instituciones educativas de educación superior, entre ellas las universidades, contribuir con profesionales con una inclinación hacia las propuestas de iniciativas para la constitución empresarial, es decir, profesionales capaces de concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios. Dado que el emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios es susceptible de ser evaluado, en el presente trabajo de investigación titulado “Evaluación de Factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes de Turismo: El caso de la Universidad San

Martin de Porres (Lima – Perú, 2011)<sup>44</sup>; se busca establecer las características más relevantes de emprendimiento empresarial, presentes en los alumnos; para tal efecto se desarrolló la presente investigación considerando dos partes bien definidas y diferenciadas entre sí.

El emprendimiento:

El término emprendedor deriva de la voz castellana emprender, que proviene del latín *in*, en, y *prendere*, coger o tomar, aplicándose originalmente -tanto en España como otros países- a lo que ahora serían denominados aventureros, inicialmente referido a militares. Este sentido del término evolucionó posteriormente a tener connotaciones comerciales. La palabra fue definida por primera vez en el Diccionario de autoridades de 1732, todavía con esas connotaciones, como: La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua. Ese sentido y su evolución en el tiempo el término están estrechamente relacionados con el vocablo francés *entrepreneur*, que aparece a principios del siglo XVI. A principios del siglo XVIII los franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes, caminos y a los arquitectos. Cuervo (2001) denomina *enterpriser* al empresario que actúa solo y se distingue del corporativo. El emprendedor es una persona con capacidad de innovar; luego, el emprendimiento aparece ligado al concepto de innovación, pero, como paradigma económico - comercial, es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza; es decir, se convierte en una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades.

### **Factores que Motivan el Emprendimiento Empresarial.**

La motivación es un aspecto estratégico de bastante importancia, a través del cual se logra la mayor voluntad y empeño del personal en la labor que le corresponde, además se genera una mejor predisposición para la realización de sus funciones, que le permite alcanzar mejores índices de productividad, la motivación es acto que debe realizarse en forma permanente, para lograr un desarrollo uniforme y de calidad en la labor académica y administrativa de la institución. La situación anterior nos obliga a ser personas competitivas desde el punto de vista personal y profesional, si es que se quiere tener éxito en el desempeño laboral, familiar y social; luego, la universidad tiene un papel muy importante en proporcionar a sus estudiantes una formación básica e idónea que los capacite para alcanzar estos objetivos. Los emprendedores son personas

generadoras de ideas que, al mismo tiempo, desarrollan las competencias necesarias para ser mejores ciudadanos. Los factores que motivan el emprendimiento empresarial son variados y de acuerdo al sector económico; pero, en forma general, los principales son:

**Oportunidades de inversión.** Las cuales se dan como resultado de la promoción de la inversión pública y privada en el desarrollo de infraestructura básica y puesta en valor de determinados recursos.

**Oportunidades de negocios.** Existe una diferencia conceptual entre negocio y empresa, y, esta es que el negocio se constituye por la oportunidad (principalmente) mientras que la empresa es una entidad constituida para realizar un determinado tipo de negocio. Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas; el negocio sienta sus bases (principalmente) en una oportunidad (coyuntura), y, gira en torno a una misión que por lo general tiene finalidad económica. Una empresa consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, que beneficien a otras personas; la empresa gira en torno al cumplimiento de una misión, pero, a diferencia del negocio, su directriz es la visión. En síntesis, un negocio es algo similar a una empresa, con la diferencia de que un negocio también puede abarcar actividades, sistemas o métodos que permitan obtener dinero a cambio de ofrecer algún beneficio; luego, el negocio se constituye por la oportunidad (principalmente) mientras que la empresa es una entidad constituida para realizar un determinado tipo de negocio.

**Las demandas insatisfechas.** Es otro factor que motiva el emprendimiento empresarial debido a que el emprendedor forma parte de la sociedad y no puede aislarse de ella, luego, ante una demanda en la población aun no cubierta, el emprendedor busca cubrir dicha demanda mediante la constitución de una empresa orientada a cubrir la demanda en cuestión.

**El desarrollo profesional.** Es un factor que motiva el emprendimiento empresarial, ya que por lo general los futuros profesionales mediante cursos de formación básica, general o profesional, dependiendo de la profesión, desarrollan competencias de empresario; y debido a dicha formación, el profesional considera como parte de su pleno desarrollo profesional, el aspecto empresarial.

**Aumento en la aceptación de un bien o servicio.** El cual genera actividades y acciones orientadas a sacar el máximo provecho de una determinada coyuntura; por ejemplo, la aceptación de la comida peruana es un factor importante para el emprendimiento empresarial en ese rubro (Julca, M, 2011 evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento en los estudiantes de turismo: El caso de la Universidad San Martín Porres, Lima Perú).

## **2.2 El perfil del emprendedor**

### **Universidad Pública:**

La Universidad se planteó el reto de consolidar entre sus ejes de actuación misionales, el de incorporar el concepto de universidad emprendedora, a través de una política orientada a la formación de gestores y articuladores tecno-científicos, que promuevan la innovación y la cooperación social.

Siendo coherente la propuesta curricular del programa de Administración de Empresas con el Proyecto Educativo Institucional, ofrece una sólida formación en la línea de Emprendimiento y Administración, que a diferencia de los enfoques tradicionales que asocian al emprendedor estrictamente con la creación de empresas o proyectos de inversión (empresarismo), el emprendimiento no es exclusivamente económico, sino que es aplicable a todos los campos de la vida humana. Por ello, el emprendimiento no solo significa crear nuevas organizaciones o empresas, sino también actuar con creatividad en la construcción de respuestas y soluciones a los problemas de los grupos sociales y al interior de las organizaciones ya existentes (Condiciones Mínimas Programa, 2004).

Sin embargo, al analizar el currículo del programa y concretamente el plan de estudios, se encuentran una serie de actividades encaminadas a la creación de nuevas empresas y la administración de negocios más que a desarrollar las competencias de emprendimiento, no se encuentran actividades de enseñanza-aprendizaje orientadas a fortalecer las habilidades, atributos y comportamientos de un emprendedor exitoso, competencias necesarias para garantizar la formación de estudiantes emprendedores. En el programa sigue prevaleciendo la enseñanza



orientada a la adquisición fragmentada y acumulada de conocimientos más que al uso estratégico e innovador de los mismos, al trabajo individual más que al desarrollo de competencias de emprendimiento, y de igual manera la formación sigue siendo pobre en desarrollo aptitudinales y actitudinales para potencializar el emprendimiento.

En este sentido, Kirby (2004) plantea que los programas de emprendimiento en las instituciones educativas por lo general no educan para el emprendimiento, sino que orientan acerca del mismo y de la empresa, y no se centran en las habilidades, atributos y competencias de un emprendedor exitoso, al contrario, focalizan la enseñanza en la creación de nuevas empresas y la administración de negocios, aspectos que no son suficientes para garantizar la formación de estudiantes emprendedores, por lo que debe fortalecerse también el desarrollo de los atributos, manera de pensar y comportarse de los emprendedores (Citado por Gómez y Satizábal, 2007).

Como principales conceptos o definiciones de emprendedor o perfil emprendedor encontramos: Schumpeter (1942) citado por Borjas (2003, 133-156), plantea al emprendedor en función de reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención o más comúnmente, para producir un nuevo producto o transformar uno ya existente, actividades responsables de la prosperidad que cambian el organismo económico. “Por tanto, lo que realmente diferencia al emprendedor es un proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante” (Pereira 2003 12).

Pereira (2007, 12) plantea que no es lo mismo que el concepto de empresario. Algunos expertos cuestionan la validez del concepto emprendedor al reconocer que el término empresario es adecuado y suficiente; argumentan que el primer término es obsoleto. Sin embargo, la bondad de la palabra emprendedor surge al constatar la limitación del concepto de empresario en lo referente a la palabra innovación. Si bien es posible que el empresario sea innovador al momento de iniciar su empresa, no es requisito sine qua non que lo siga haciendo para asegurar la existencia de la empresa.

Como dice Pereira (2003) el concepto de emprendedor se diferencia en el desarrollo y no en los resultados de la acción. En otras palabras, para diferenciar el concepto de emprendedor de otros conceptos, es necesario centrarse en el proceso de desarrollo y no en los resultados de la acción.

Lo que permite caracterizarlo como tal no es el resultado de la acción del emprendedor, concretada en la creación de una empresa o en una gran acumulación de capital. El real aspecto diferenciador del emprendedor es la innovación constante. Para McClelland (1956) citado por Borjas (2003), la motivación de logro es el origen del emprendimiento y la define como un proceso mental enfocado al planteamiento, búsqueda del progreso, excelencia, innovación y esfuerzo. El emprendedor busca situaciones donde asume responsabilidades en situaciones difíciles, que puede controlar, por el deseo de emprender un negocio.

Gibb (1988) afirma que los emprendedores juegan un papel fundamental en el proceso innovador, dado su búsqueda y procesamiento de nuevas oportunidades (Correa, Z. Conde, Y. Delgado, C, 2010. Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública).

### **El Entorno Emprendedor**

Un entorno pro-emprendedores debe ser un entorno positivo, que facilite el resurgir del talento, un entorno dónde haya fuentes de conocimiento como universidades y donde el dinero circule para poder invertir. Debe haber, en fin, ilusión (Riba, Albert, 2013. Entornos Emprendedores).

El entorno emprendedor puede influir en el enfoque, las estrategias y las herramientas que se empleen en la formación del perfil emprendedor, en este caso un entorno óptimo podrá brindar los programas o las herramientas para el desarrollo de las iniciativas emprendedoras (Barrera, Elvira, 2012. propuesta para promover el espíritu emprendedor a través de la educación).

Otro aspecto del entorno es facilitar programas informativos dirigidos a la población estudiantil en particular, para poder promover y despertar el comportamiento emprendedor. El entorno emprendedor en el sector educativo debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Los docentes: son el factor determinante del éxito, deben tener capacidad de relacionarse asertivamente con los demás y con el entorno; tener iniciativa; capacidad de innovar, no temer a los cambios.

- La interacción didáctica: Se refiere a las interacciones que ocurren en los procesos de aprendizaje, ya sea el intercambio entre docente y estudiante, la relación entre pares, entre estudiantes, profesor y el objeto de estudio. Dichas interacciones
- deben darse con ciertas características, empleando estrategias para propiciar el desarrollo de las competencias emprendedoras.
- Los contenidos curriculares: poseer un contenido curricular que logre responder a las necesidades formativas de los estudiantes, junto a Una fuerza laboral ‘bien educada’ y bien preparada para insertarse en el mercado laboral rápidamente cambiante de la economía mundial del siglo XXI. Estas habilidades genéricas desarrolladas en un entorno propio para el aprendizaje en la familia y en la escuela determinan la “aptitud para el aprendizaje” de toda persona, es decir, su capacidad para adquirir habilidades profesionales, técnicas y específicas para el trabajo a lo largo de la vida (Barrera, Elvira, 2012. Propuesta para promover el espíritu emprendedora través de la educación).

### **3. Marco Metodológico**

El estudio tiene como fin realizar la descripción y el análisis de las características emprendedoras de los estudiantes frente a los aspectos demográficos y el enfoque institucional que presenta la Universidad del Rosario. En este escenario, se requiere de una fuente de información adecuada que valide cuáles serían esas competencias necesarias a desarrollar, asumiendo el supuesto de que todo individuo posee en algún grado comportamientos emprendedores traducibles en competencias para el emprendimiento de negocios. Para ello el instrumento debe medir en un momento del tiempo variables que permitan identificar cuál es el perfil o el comportamiento como emprendedores de los estudiantes, con el fin de proyectar unas metas de desarrollo de esos perfiles en un periodo de tiempo (Pulgarín, S. 2011).

Ante este requerimiento se determinó que la herramienta más pertinente, por su validez científica y congruencia con la información requerida es preparándose para emprender. Esta prueba desarrollada por el programa para el fomento al emprendimiento de las Naciones Unidas

(EMPRETEC) consta de varios componentes para valorar aspectos tales como comportamiento emprendedor, habilidades emprendedoras y perfil emprendedor. Uno de ellos conocido como Características del Comportamiento Emprendedor o por sus siglas (CCE) relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland, (en el cual describimos previamente, como pertinente para comprender el comportamiento emprendedor) con un conjunto de variables asociadas a la personalidad del emprendedor, que validadas mediante un cuestionario estructurado de 55 preguntas, dan como resultado una caracterización del comportamiento del individuo categorizado en 10 variables asociados a emprendimiento, las cuales se clasifican de la siguiente forma:

### **Necesidades de logro**

#### **- Ser persistente**

Implica actuar frente a un gran desafío, actuar repetidamente y estar al tanto de la estrategia utilizada para afrontar el mismo. De la misma forma la superación de obstáculos haciéndole frente a estos, conlleva a los grandes emprendedores a alcanzar sus metas y objetivos. Los emprendedores son responsables y están comprometidos con sus resultados.

#### **- Buscar oportunidades e iniciativa**

Las circunstancias no son un motivador para los emprendedores; un emprendedor actúa por iniciativa adelantándose a los hechos, aprovechando oportunidades y tomando delantera comprometido con su organización.

#### **- Buscar riesgos calculados**

Un emprendedor calcula riesgos deliberadamente, evalúa sus alternativas, toma decisiones, actúa para reducir riesgos o controlar resultados.

#### **- Exigir eficiencia y calidad**

La necesidad por realizar las cosas mejor y más rápidas, garantiza el cumplimiento de las normas de forma excelente, teniendo en cuenta procesos y requisitos para así cumplir y exceder las expectativas dentro de la organización.

### **- Cumplir sus compromisos**

Un emprendedor valora la buena voluntad y resultados a largo plazo más que ganancias a corto plazo. Su esmero y sacrificio personal por la realización de una labor permite realizar las tareas más exigentes, así como su esfuerzo para satisfacer a su equipo de trabajo y clientes.

### **Necesidades de afiliación**

#### **- Planificar sistemáticamente**

Para la toma de decisiones es necesario estipular tiempo de entrega de proyectos dentro de la organización, asignar tareas y hacer revisión de planes de acuerdo a las expectativas y recursos.

#### **- Buscar información**

Recorre a fuentes de información útiles para la empresa en cuanto a toma de decisiones se refiere. También un buen emprendedor se asesora de personas expertas que le aseguren una buena retroalimentación para llevarlo a cabo en la organización.

#### **- Fijar metas**

Los retos personales son impulsados por las metas y objetivos que se fija el emprendedor, ya que tiene una visión clara y una necesidad de poder que permite que en el largo y el corto plazo se esfuerce por conseguirlas.

### **Necesidades de poder**

#### **- Ser persuasivo y construir redes de apoyo**

El sentido habilidad para formular estrategias le da la capacidad de influir en otros y el curso de la organización de acuerdo a la situación que afronte, también delega a personas claves que pueden tener un alto impacto en el ambiente organizacional y el desempeño del equipo de trabajo para alcanzar los objetivos propuestos.

### **- Autoconfianza e independencia**

Expresa confianza en su propia habilidad para enfrentar los retos y alcanzar el éxito de la compañía; al buscar la autonomía y el control de las reglas, atribuye a sí mismo y a su conducta las causas del éxito y sus fracasos.

En concordancia con esta caracterización McClelland sostiene que un emprendedor posee una alta motivación al logro, que lo impulsa a mejorar, afrontar obstáculos y calcular. Por otra parte, los emprendedores tendrían una alta necesidad de logro y baja necesidad de poder. Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro (Ollé, M. Et al. 1997).

McClelland describe que un emprendedor nato está impulsado por el logro, lo cual crea en esta persona una necesidad por enfocarse en sí mismo y la búsqueda por optimizar su propio desempeño. También es necesario recalcar que un emprendedor se caracteriza porque entiende que las tareas de éxito no pueden ser realizadas todas por sí mismo, por lo cual debe manejar un equipo de trabajo que hará cosas por la organización de acuerdo a las exigencias de ésta. De la misma forma, señala que un emprendedor debe tener la facilidad de influenciar a sus subordinados por lo que existe una necesidad de poder inminente que debe ser disciplinada y controlada para ser dirigida al beneficio de la institución como un todo y no hacia una satisfacción personal (McClelland, D; Burnham, D. 2008). Así mismo, McClelland también resolvió que el ambiente de trabajo creado por un emprendedor mide su efectividad y se refleja en la moral de sus subordinados; por ejemplo al incentivar la responsabilidad y la fuerza en su equipo de trabajo, recompensarlos por los logros adquiridos, entre otros, crea un ambiente de organización de manera que los subordinados se sientan que hacen parte de la misma y que saben lo que están haciendo. El punto clave para mejorar el desempeño es el emprendedor y la creación e incentivo hacia el espíritu de trabajo (McClelland, D; Burnham, D. 2008).

Por tales razones y asumiendo las hipótesis planteadas por McClelland acerca del emprendedor, el análisis de los resultados así como también las conclusiones y recomendaciones se realizaron en función principalmente del nivel de calificación de las variables asociadas a la necesidad de logro, y de cómo potencialmente podría mejorarse el desempeño de las mismas en el tiempo, buscando responder a la pregunta de ¿Cuál es la caracterización de comportamiento emprendedor

de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario?. Con esta información, la Unidad de Emprendimiento de la Universidad del Rosario podrá trazar las respectivas estrategias necesarias para el logro de los objetivos asociados a desarrollo de competencias en sus potenciales emprendedores así como también aproximarse a la construcción de metodologías para la estructuración de perfiles diferenciados de emprendedor en os estudiantes (Pulgarin, S. 2011).

Ahora bien, el instrumento de medición fue clasificado en dos categorías de variables. La primera obedece a variables de tipo demográfico como la edad, sexo, carrera, semestre, lugar de nacimiento, negocio formalmente constituido, negocio informal y familiar empresario, las cuales permiten perfilar el estudio con mayor nivel de detalle observando contrastes entre los resultados de los primeros semestres contra los resultados de los últimos semestres, o los resultados de los hombres con respecto a los de las mujeres; este último es esencial para este estudio, debido a que esta categoría de género será la que se trabajara a mayor profundidad al hacer el análisis. La segunda categoría obedece a la medición de las 10 características del comportamiento emprendedor mediante el cuestionario estructurado de 55 preguntas. En este, el evaluado es enfrentado a una serie particular de situaciones de vida donde, en un rango de clasificación de 1 a 5, debe expresar su nivel de acuerdo con la afirmación de la siguiente forma:

- 1 = Nunca es cierto.
- 2 = Raras veces es cierto.
- 3 = Algunas veces es cierto.
- 4 = Usualmente es cierto.
- 5 = Siempre es cierto.

Una vez identificado el instrumento y adaptado a las necesidades del estudio, se estableció la muestra representativa en función del total de la población como se observa en la Tabla 1. Con un grado de confianza de 95% y un margen de error del 5% se requirió del desarrollo de 322 pruebas para lograr la representatividad requerida. En adición, con el fin de agregarle un mayor nivel de rigurosidad al estudio se determinó el desarrollo de un muestreo condicional estratificado por semestre y por programas para garantizar las condiciones de heterogeneidad de la muestra. Es

decir, que se calculó la proporción de estudiantes por programa y con ello se dividió la aplicación del instrumento dejando 96 pruebas para el programa de Administración de Empresas, 198 para Administración de Negocios internacionales por ser el programa con el mayor número de estudiantes y Administración en logística y producción con 28 pruebas. Lo segundo fue dividir la cantidad de encuestas por programa por el número de semestres, lo cual garantiza que los estudiantes del total de la facultad participen en el proceso e incidan en los resultados del mismo.

**Tabla 1. Distribución de muestra por programa.**

FACULTAD	PROGRAMA	Num. estudiantes	Proporción	Muestra	No. sem del prog.	Encuestas x semestre
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	600	0,30	96	8	12
	ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	1163	0,59	198	9	22
	ADMINISTRACIÓN EN LOGÍSTICA Y PRODUCCIÓN	211	0,11	28	7	4
	<b>TOTALES</b>	<b>1974</b>	<b>1,00</b>	<b>322</b>		

**Fuente.** Autores

#### **4. Presentación y Análisis de resultados**

##### **4.1 Validación del Instrumento**

Pese a que, como se mencionó anteriormente, el instrumento es de común utilización en la mayoría de centros de emprendimiento en el país, así como en los múltiples países de América Latina donde EMPRETEC tiene representación, la evidencia empírica de estudios previos utilizando la metodología es escueta. Esto significa que a la fecha no hemos identificado ningún documento publicado (al menos en bases de datos) que exponga resultados formales de la aplicación de instrumento que nos llevaran a construir valores de contraste con nuestros



resultados. Por tal razón se buscó la validación estadística del instrumento midiendo el nivel de consistencia interna de la prueba obteniendo como resultado un Alfa de Cronbach<sup>1</sup> de 8,87. Resultado suficiente para determinar que la prueba es consistente y que se puede proceder con confianza a la aplicación de la misma (Pulgarín, S. 2011).

## **Resultados**

En concordancia con la estructuración propuesta para el estudio, los resultados que se presentarán a continuación están clasificados en función de las variables demográficas desarrolladas durante el mismo y expuestas en la metodología. Esto con el objetivo de construir valores de contraste en función de los resultados que permitan clasificarlos en categorías válidas para una interpretación objetiva. En adición y a pesar que la escala de resultados originalmente es de 0 a 25, se estableció un valor de escala más cerrado a partir de la identificación del valor de calificación máximo y mínimo logrado en esta investigación en sus diferentes aproximaciones. La parametrización dio como resultado una nueva escala entre 15 y 21, la cual permite exponer con un mayor nivel de detalle los resultados facilitando la interpretación de los mismos. Al mismo tiempo, se determinó que la mejor manera para presentar los resultados, por estar clasificados en un espacio de 10 variables era a través de la construcción de un diagrama radial, el cual permite una exposición de múltiples variables de una manera sencilla y al mismo tiempo presenta de forma más integral la información principalmente en los espacios que se requiere comparación de variables.

Con respecto a los criterios de presentación se desarrollarán en dos fases, en primera instancia una descriptiva donde aparte de exponer la media de los resultados como factor de comparación de la escala, estos se presentan utilizando la premisa de observación 1, que se expone a continuación. La segunda fase de tipo interpretativo expone los resultados entendiendo que cualquiera de estos es susceptible de ser observado desde diferentes perspectivas que podrían ser incluyentes o excluyentes al criterio seleccionado en este estudio para tal proceso. Es visible para los investigadores que la descripción de variables cualitativas operacionalizadas en un criterio de análisis subjetivo que permite diferentes interpretaciones.

---

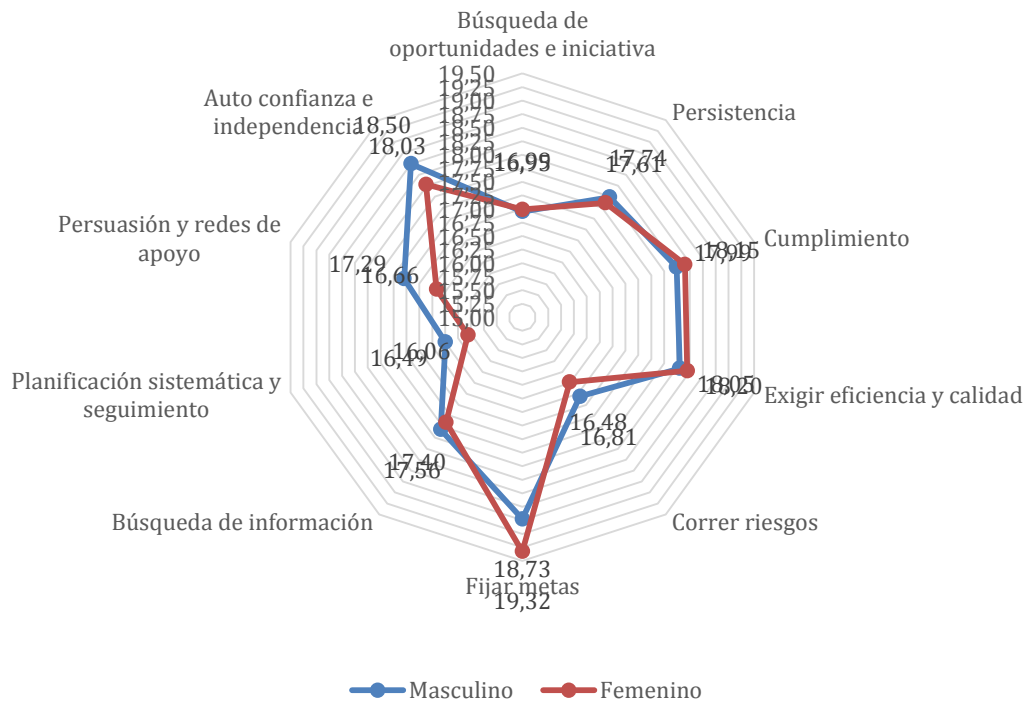
<sup>1</sup> El Alfa de Cronbach es un método de consistencia interna para estimar la fiabilidad de pruebas, escalas, o test (Ledesma, Molina & Valero, 20002)

## 4.2 Presentación de Resultados

**Descripción de la clasificación por género:** de acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, promediando el total de la muestra, las categorías con mayor media, es decir que tuvieron mayor frecuencia dentro de cada uno de los géneros (femenino y masculino) son los siguientes: en el género femenino la categoría fijar metas tuvo una media de 19.32, auto confianza e independencia 18.03 y cumplimiento con una media de 18.50. En el género masculino la media de la categoría fijar metas fue de 18.73, más baja que la media del femenino con diferencia de 0.59, autoconfianza e independencia con una media de 18.50, en este caso fue mayor que el femenino con una diferencia de 0.47, la categoría exigir eficiencia y calidad obtuvo como media 18.20.

En contraparte con lo anterior, las categorías con menor promedio, es decir que tuvieron menor frecuencia dentro de cada uno de géneros (femenino y masculino) son: en el género femenino la categoría búsqueda de oportunidades e iniciativa tuvo como media 16.99, correr riesgos 18.03 y planificación sistémica y seguimiento una media de 16.06. En el género masculino la categoría búsqueda de oportunidades e iniciativa tuvo como media 16.99, al igual que la del femenino, correr riesgos 18.50, esta fue mayor que el del otro género con una diferencia de 0.47 y planificación sistémica y seguimiento una media de 16.49, mayor que el femenino en un 0.43.

**Gráfico 1. Clasificación por Género.**



**Fuente.** Autores

**Interpretación de la clasificación por género:** como se puede observar en la gráfica los resultados para la clasificación de los estudiantes por género fue muy similar, en donde las brechas más significativas son la persuasión y redes de apoyo donde el género masculino sobresalió y la característica de fijar metas donde el género femenino sobresalió.

Tomando en cuenta los resultados y las características utilizadas para medir el perfil emprendedor de los estudiantes, se puede concluir que los estudiantes de género masculino tienen un perfil emprendedor más demarcado, a sí mismo como argumento de apoyo a esta conclusión se tomaron los resultados del estudio del GEM o por sus siglas en inglés (Global Entrepreneurship monitor). Que tiene como característica principal definir como objeto de estudio a la persona que desarrolla actividades emprendedoras y no la empresa en sí.<sup>2</sup> Esta entidad realizó un estudio para Colombia durante el periodo del 2011 al 2012, en donde busca medir la tasa de actividad emprendedora o (TEA) para la población masculina y femenina de Colombia, En donde los resultados de este estudio demostraron que en economías impulsadas por la innovación

<sup>2</sup> Ver [gemcolombia.org/wp.../GEM-Colombia-2011.pdf](http://gemcolombia.org/wp.../GEM-Colombia-2011.pdf). Pág 8.

(característica perteneciente al perfil emprendedor) el TEA para los hombre era de 8,8 mientras que para las mujeres era del 4,9<sup>3</sup>. Al correlacionar los resultados del estudio del GEM y los resultados obtenidos en la investigación, en donde el género masculino sobresale en dos de las características de afiliación y las de necesidad de poder, por lo cual la población masculina de estudiantes se aproxima más al tipo ideal de comportamiento emprendedor de McClelland.

El GEM afirma que los factores informales, como la percepción de habilidades para emprender, las redes sociales y el rol familiar, tienen un efecto positivo sobre el perfil emprendedor de la mujer, mientras que los factores formales como la financiación, las políticas de apoyo no económico o la formación no tienen un efecto característico en el género femenino. Igualmente hay distintas investigaciones, como la de Zhao et al (2005) las cuales demuestran que las mujeres perciben que su entorno es más difícil y menos apropiado para llevar a cabo dicha actividad emprendedora, lo que les lleva a reducir su ambición a la hora de emprender (Neira, M., Portela, M. 2013).

**Descripción de la clasificación general de los pregrados de Administración:** en la siguiente figura se presentan los resultados generales de los tres programas de administración en la Universidad del Rosario. La media total de las diez variables es de 17,53, en términos de distribución se exponen los siguientes resultados; los tres resultados más sobresalientes en su orden son fijar metas con 19,05; autoconfianza e interdependencia con 18,24 y exigir eficiencia y calidad con 18,13. En contraparte los 3 resultados más bajos son persuasión y redes de apoyo con 16,95; correr riegos con 16,63 y planificación sistemática y seguimiento con 16,25. De las características expuestas anteriormente, dos de las más altas obedecen a la necesidad de logro y afiliación, con respecto a las características más bajas los resultados son similares y estas corresponden principalmente a una necesidad de logro.

---

<sup>3</sup> Comparar [gemcolombia.org/wp.../GEM-Colombia-2011.pdf](http://gemcolombia.org/wp.../GEM-Colombia-2011.pdf) Pág 16.

**Gráfico 2. Clasificación general de los pregrados de Administración.**



**Fuente.** Autores

**Interpretación de la clasificación general de los pregrados de Administración:** aproximándonos al objetivo general de la investigación acerca del impacto del currículo de los pregrados de administración en el perfil emprendedor de los estudiantes, tomando como base los resultados finales y la hipótesis estructural de McClelland para concluir que: no se presenta una posición absoluta en el comportamiento emprendedor de McClelland.

De las 10 características utilizadas para realizar el estudio 6 de estas se encuentran por encima de la media general, en contraste la característica de búsqueda de información, persuasión y redes de apoyo, correr riesgos y planificación sistemática y seguimiento fueron las características por debajo de la media y los aspectos a mejorar en los tres programas de administración.

Analizando la característica con mayor puntuación en esta parte del estudio (Fijar metas) se puede concluir que en los distintos currículos que ofrece la universidad del Rosario, existen varias materias las cuales promueven este comportamiento en la población estudiantil.

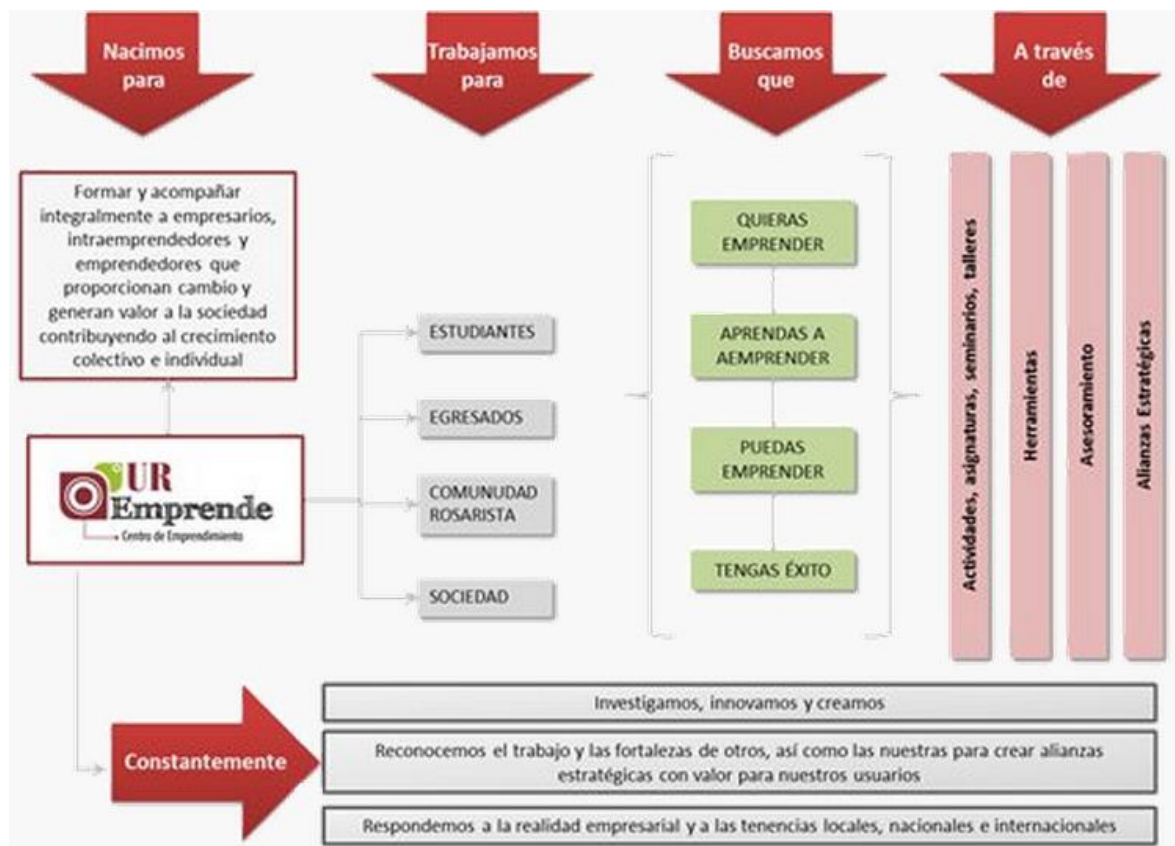
Como fin es necesario resaltar las características menos sobresalientes en el estudio, por lo cual es importante generar retos o distintas estrategias por parte de la unidad de emprendimiento y las directivas de la facultad que permitan fortalecer principalmente las características de correr riesgos y planificación sistemática y seguimiento las cuales poseen las menores calificaciones del total del estudio. Como bien lo dice la definición de emprendedor que es aquella persona que se centraliza y se ensaña en una oportunidad para crear valor en una nueva empresa o ya existente, mientras que esta asume y se compromete con los riesgos que esto trae y posteriormente disfruta de la recompensa de sus esfuerzos (Longenecker, J. 2012).

Como se mencionó anteriormente, el Gem (Global Entrepreneurship Monitor) indica que las personas que más generan empresa están en el rango de edad, para las mujeres entre los 45 y 54 años con un 38,6%. Mientras que los hombres se encuentran en este mismo rango de edad pero en una menor proporción con un 31,7%. Asimismo en el estudio, se puede observar que la mayor tasa de creación de empresa se da para las personas con estudios de secundaria con un 34,8% mientras que las personas con estudios universitarios generan empresa en una menor proporción con un 30,5%.

Según Rafael Méndez (2007), es de gran importancia disponer de un Programa de Emprendimiento dentro la estructura organizativa de las Universidades, de tal manera que facilite su adopción como una política institucional, que incorpore gradualmente a todos los programas académicos que se ofrecen en la actualidad. “Una vez formalizada la creación del Programa de Emprendimiento, se debe iniciar un proceso de sensibilización y socialización dirigida primeramente a los docentes de los diferentes programas académicos de la Universidad para identificar potenciales miembros de la red interna de emprendimiento y posteriormente se debe extender a estudiantes, trabajadores y egresados” (Méndez, R. 2007).

La Universidad del Rosario cuenta con una Centro de emprendimiento, UR emprende, que se constituye como un espacio donde no solo los estudiantes, pueden desarrollar sus proyectos de emprendimiento, también los egresados, profesores y personal administrativo de la Universidad. UR Emprende, está constituido bajo un modelo integral que permite sensibilizar, formar y acompañar procesos para la generación de emprendimientos de alto impacto, que impulsen el desarrollo social y económico del país y la región. En la Universidad del Rosario, el emprendimiento no solo es la creación de empresas, es la capacidad de identificar oportunidades o problemas, generar soluciones innovadoras, y llevarlas a cabo creando valor para sí mismo y para la sociedad. En este sentido, Se puede emprender desde diferentes áreas como el la empresarial, social, deportiva y cultural (Urosario.edu.co).

**Tabla 2. Centro de Emprendimiento**



**Fuente.** Universidad del Rosario, Centro de Emprendimiento.

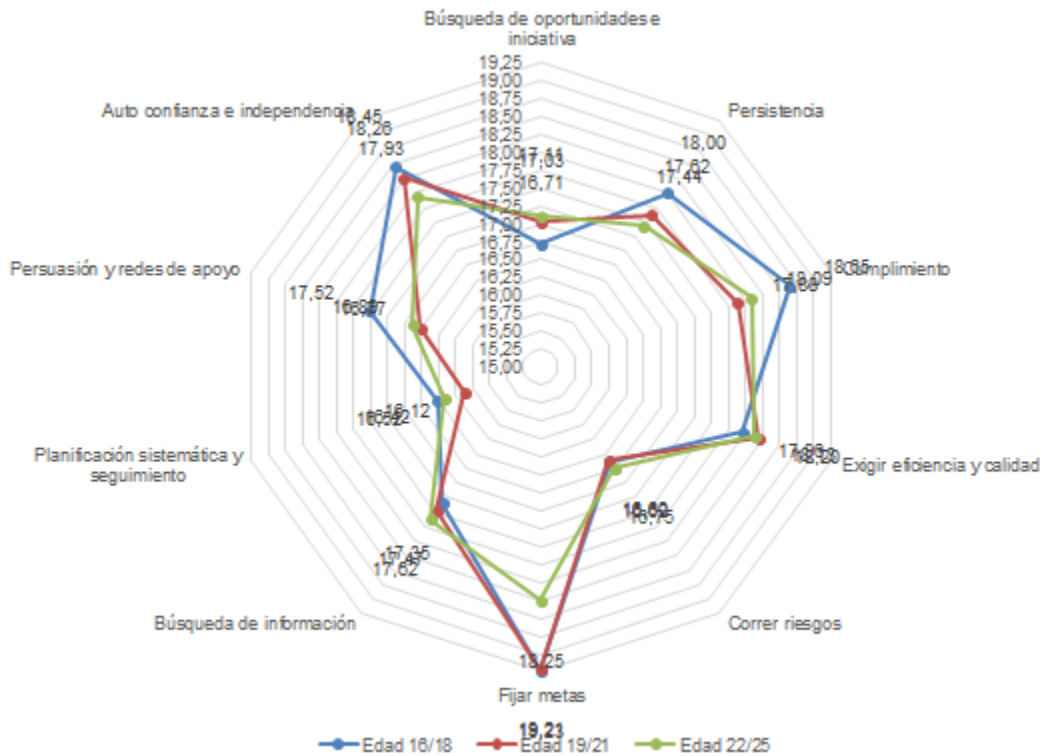
El centro de emprendimiento ha acompañado algunos proyectos de emprendimiento, en su proceso de estructuración, creación y crecimiento. Como ejemplo está la empresa C&F GROUP S.A.S, que se especializa en vender imagen organizacional, proyectando y estimulando el sentido de pertenencia institucional. Liderada por los estudiantes de la Escuela de Administración de noveno semestre, Carlos Andrés Soriano Espinel y Felipe Andrés Rojas Valenzuela. Igualmente está Imagining LTDA, que es una agencia de publicidad “express” enfocada en la prestación de un servicio integral que combina la creatividad y estrategia a la hora de comunicar, junto a la producción complementaria como trabajo asemejado a la central de medios, liderada por Daniel Acero. Así como estos dos emprendimientos, hay seis más que han sido acompañados por el centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario.

**Descripción de la clasificación por rango de edad:** de acuerdo a la investigación realizada, las edades de los estudiantes de la Universidad del Rosario en la Escuela de Administración, están entre los 16 y los 25 años de edad. Con los resultados presentados, promediando el total de la muestra, las categorías con mayor media, es decir que tuvieron mayor frecuencia dentro de cada uno de los rangos de edad son los siguientes: en el primer rango de edad de 16 a 18 años la categoría fijar metas tuvo una media de 18.25, autoconfianza e independencia 18.26 y cumplimiento con una media de 18.65. En el rango de edad 19 a 21 años la media de la categoría fijar metas fue de 18.25 y autoconfianza e independencia con una media de 18.26, las dos como en el anterior rango, la categoría exigir eficiencia y calidad obtuvo como media 18.20. En el último rango de edad de 22 a 25 años, en fijar metas la media es de 17.35, exigir eficiencia y calidad de 17.93 y auto confianza e independencia tuvo como media 18.00.

En contraparte con lo anterior, las categorías con menor promedio, es decir que tuvieron menor frecuencia dentro de cada uno de los rangos de edad son: en el rango de edad de 16 a 18 años la categoría búsqueda de oportunidades e iniciativa tuvo como media 16.71, correr riesgos 16.50 y planificación sistémica y seguimiento una media de 16.30. En el rango de edad de 19 a 21 años la media de planificación sistémica y seguimiento fue de 16.12, correr riesgos 16.60 y persuasión y redes de apoyo con una media de 16.50. En el rango de edad de 22 a 25 años correr riesgos obtuvo como media un 16.75, planificación sistémica y seguimiento 15.80 y la media de búsqueda de oportunidades e iniciativa fue 17.03.



**Gráfico 3. Clasificación por rango de edad.**



**Fuente.** Autores

**Interpretación de la clasificación por rango de edad:** si bien cada uno de los grupos de edad tiene un comportamiento diferenciado, es necesario empezar por reconocer que la interpretación de lo demostrado por el estudio solo se puede hacer por medio de la diferenciación de las categorías relevantes antes enunciadas; esto debido a que sólo en datos críticos se pueden sacar conclusiones que relacionen el comportamiento emprendedor con la variable edad.

Empecemos haciendo una interpretación de las categorías que lograron una mayor frecuencia, la fijación de metas a cualquier plazo, es la semilla de un comportamiento emprendedor; podría decirse que son en proporción igual de ambiciosas a los objetivos que se propone la persona que se quiere desenvolver en la realidad que implica plantearse proyectos a futuro, Si tenemos en cuenta los resultados que nos ofrece el estudio, en cualquier grupo de edad es una variable de alto impacto, sin embargo, en edades tempranas (16-21 años) es por supuesto mas factible encontrar una tendencia más alta al planteamiento de metas relacionadas con emprendimiento, lo que encerraría necesariamente un desarrollo temprano de todas las demas categorías para justificar un

éxito en el futuro, contrastando los resultados de la categoría de (16-21 años) con el estudio realizado por el (GEM), se demostró que la población juvenil Colombiana obtuvo un 82% de actividad emprendedora generada por oportunidades más que por necesidad. En el caso del último rango de edad (22-25 años) podemos plantear la hipótesis de que la fijación de las metas no son la prioridad como lo son en el rango anterior (19-21 años), lo que no quiere decir que las personas que superen cierto rango de edad desistan de fijar metas o de proyectar un estado futuro de sus vidas. Tomando la diferencia de edad y el género de los estudiantes tratado anteriormente, también se puede ver que los hombres menores de 24 años presentan una actividad emprendedora del 85% en cuanto a oportunidades, mientras que los hombres mayores de 25 años tienen un 83,1% en las actividades emprendedoras por medio de oportunidades, en comparación la población femenina presenta un menor porcentaje en ambos rangos de edad, las menores de 24 años tienen un 76,5% en cuanto a actividad emprendedora por incentivo propio y las mujeres mayores de 25 años tienen un 81,7% que al comparar frente a los resultados obtenidos en la clasificación por géneros, se llega a la misma conclusión que los estudiantes del rosario del género masculino se acercan más al tipo ideal de emprendedor nombrado por McClelland. Podríamos plantear una correlación alta entre la fijación de metas a largo plazo y edades jóvenes si nos enmarcamos en la condición temprana de estudiantes, es decir que las metas son más ambiciosas ya que se parte de un estado inicial que no les ha permitido la adquisición de la experiencia necesaria para la fijación de metas a corto o a mediano plazo en materia de emprendimiento. Por otra parte, en edades más avanzadas no interpretamos el resultado concluyendo que no sean propensos a la fijación de metas o que ya necesariamente deben ser fijadas y presupuestadas en edades tempranas, por el contrario son emprendedores que ya están contruyendo sobre una proyección profesional construida a partir de su experiencia como estudiantes avanzados de pregrado o incluso egresados. Gracias a la condición que expone este rango de edad, la correlación antes planteada puede significar que se fijan metas a corto o a mediano plazo sobre el ejercicio mismo de emprendimiento, lo que puede explicar esa leve disminución en la calificación.

Acompañando a la fijación de metas ya sea a corto, mediano o largo plazo, se encuentran categorías que no necesariamente tienen un carácter planificador dentro del emprendimiento, sino que ejercen una influencia en el proceso mismo que emerge de un comportamiento emprendedor, (cumplimiento, autoconfianza e independencia y exigir eficiencia y calidad). Estas categorías

pueden ser vistas también como características adquiridas o potenciadas en un escenario académico particular, por supuesto que una parte importante de la pedagogía temprana es el fortalecimiento de la autoconfianza y la independencia, y gradualmente a lo largo de la vida académica de un individuo hay una búsqueda de criterio que desemboca en la formación profesional en la exigencia de eficiencia y calidad en cualquier actividad que la vida cotidiana exija. Para efectos del cambio leve en la frecuencia de las respuestas en cada uno de los rangos de edad, podríamos suponer que a medida que se adquiere esta característica y se internaliza cesa su búsqueda, y por ende pierde importancia relativa dentro de las categorías que estamos estudiando. En edades tempranas por ejemplo, se disminuyen las probabilidades de que una persona corra riesgos para la conformación de un proyecto emprendedor, esto puede estar relacionado por un lado por la condición de formación en la que se encuentra, y por otro en la inexistencia de necesidades insatisfechas que no sean atendidas por externos, lo cuál puede llegar a ser un fuerte incentivo para la búsqueda de autoconfianza e independencia.

## **5. Consolidación**

Construir una caracterización del comportamiento emprendedor de los estudiantes de pregrado en la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario tiene por sentido identificar no solo un perfil general de los estudiantes en términos de sus características como emprendedores, sino también algunas variables de tipo demográfico que permitieran precisar con mayor claridad en la tipificación de estos perfiles. Para este fin se optó por seleccionar como fuente de información una de las herramientas más conocidas en el ámbito del emprendimiento, (al menos nacional) para la identificación y construcción de perfiles emprendedores. Esta herramienta conocida como CCE (Características del Comportamiento Emprendedor) contiene un cuestionario de 55 preguntas, las cuales una vez resueltas permiten definir un perfil de emprendedor categorizado en 10 variables enmarcadas dentro del modelo desarrollado por David McClelland de factores motivacionales (N log, N pod, N afi).

Una vez desarrollado este proceso se tomó una muestra representativa y sistemática de la facultad que al menos en teoría debería de llevar la bandera en términos de estudiantes con un perfil

emprendedor, es decir, la Facultad de Administración. Se calcularon y aplicaron proporcionalmente por semestre y programa los cuestionarios a los estudiantes y después los resultados se llevaron a un análisis estadístico que permitiera valorarlos de la mejor manera.

Como se mencionó previamente, para efectos de agregar mayores posibilidades al estudio se decidió agregar al cuestionario principal un conjunto de preguntas con variables demográficas como género, edad, semestre, etc. las cuales permitieron realizar subclasificaciones de los resultados y así encontrar información con más detalle de los mismos (Pulgarín, S. 2011).

Por otro lado, está demostrado que la educación y la formación contribuyen a la creación de una cultura emprendedora en los estudiantes, empezando por las edades más tempranas, al fomentar entre estos, las cualidades personales, como la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la autonomía personal, las cuales constituyen la base para poder tener un espíritu empresarial (Neira, M., Portela, M. 2013).

De acuerdo a lo anterior y a los resultados del estudio en la clasificación por género, se observa que los resultados fueron similares, en donde las brechas más significativas son la característica de fijar metas donde el género femenino presidió y la persuasión y redes de apoyo donde el género masculino se destacó.

El estudio tiene como conclusión que los estudiantes de género masculino tienen un perfil emprendedor más demarcado, al correlacionar los resultados del estudio del GEM y los resultados obtenidos en la investigación, en donde el género masculino sobresale en dos de las características de afiliación y las de necesidad de poder, por lo cual la población masculina de estudiantes se aproxima más al tipo ideal de comportamiento emprendedor de McClelland. Sin embargo, las mujeres durante la última década han buscado sobresalir en el ámbito emprendedor, sobretodo en Colombia, según Lauren Beth Murphy, consultora del Fondo Multilateral de inversiones (Fomin), miembro del grupo del Banco Interamericano de Desarrollo (IBD), Colombia es un país que ofrece ayudas y acompaña a las mujeres de empresa, este junto con Chile y Perú, son los mejores países de Latinoamérica para que las mujeres sean emprendedoras, brindándoles el apoyo que necesiten. Chile encabeza la lista seguido de Perú, debido a que estos

dos países cuentan con un entorno macroeconómico estable y con bajos riesgos. Colombia finaliza la lista en tercer lugar, puesto que tiene diversos programas de capacitación para pequeñas y medianas empresas (pymes) de buen nivel, además este país ofrece a las mujeres accesos a la educación a nivel universitario sin importar la edad (Portafolio, 2013).

Las mujeres van perdiendo el miedo a competir con los hombres, y ya empiezan a destacarse y a tener cultura de emprendimiento, gracias a los incentivos y ayudas que tienen las universidades y el Estado. En la Escuela de Administración de la Universidad se puede ver que la categoría de fijar metas fue más alta en el género femenino, y en las otras categorías así sea mayor en el masculino, la diferencia no es preocupante y a medida que pase el tiempo estos resultados pueden variar, con el apoyo del Centro de Emprendimiento, UR emprende, los estudiantes de género femenino podrán seguir avanzando, tener más confianza, estar en el mismo nivel de los hombres, en cuanto al perfil emprendedor y tener más ambición en el ámbito de emprendimiento.

## 6. Referencias Bibliográficas

Bolaños, R. (2005). Detonantes de emprendimiento. Disponible en: <http://altea.daea.ua.es/ochorem/comunicaciones/MESA1COM/Bolanos.pdf>

Borjas, L. (2003). Espíritu Empresarial, Creatividad Empresarial. Un Nuevo Reto. Anales. Universidad Metropolitana. pp. 133-156.

Cooper, A., Dunkerlberg, W. (1987). Entrepreneurship research: old questions, new answers, and methodological issues. *American Journal of Small Business*.

Correa, Z., Conde, Y. y Delgado, C. (2011). Competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública. XVI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. Disponible en: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/anteriores/xvi/docs/9A.pdf> pág (6)

Durand, M. (2012). Propuesta para promover el espíritu emprendedor a través de la educación. Disponible en: <http://www.ipae.pe/media/201301/LibroPalomaDurandv02.pdf> Pág. (42)

Fandiño, L.; Bolivar, M. (2008). Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf>

GEMcolombia.org (2011). *Global Entrepreneurship Monitor*. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=eQ4Bq-h2Mxk%3D&tabid=809>. pp. 19-22.

Gibb, A. (1988). Simulating New Business Development. What Else Besides ED. *Management Development Program*, Geneva.

Gibb, A (2002). In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm of learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International journal of Management Reviews*, Vol. 4. (3)

Guzman Cuevas, Joaquín; Cáceres Carrasco, Felipe Rafael. (2001). Un modelo explicativo de la emergencia de empresarios. *Economía Industrial*, Vol. IV. (340)

Guzmán Cuevas, Joaquín; Santos Cumplido, Francisco Javier. (1999). Hacia un modelo explicativo del empresario de calidad *Economía Industrial*, Vol. I (325).

Henderson, Roger; Robertson, Martyn, 1999, Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Education + Training*, Vol. 41. (5)

Ledesma, R., Molina, J., Valero, P. (2002). Análisis de consistencia interna mediante Alfa de Cronbach: un programa basado en gráficos dinámicos, pp. 143-152.

Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas. Lanzamiento y Crecimiento de Iniciativas de Emprendimiento* 16ª Ed. pp. 5-19.

McClelland, D. (1961) *the Achieving Society*, Princeton, NJ. Von nostrand.

McClelland, D., Burnham, D. (2008). *Power Is the Great Motivator*. Harvard Business School Press. USA.

Méndez, R. (2007). *Emprendimiento una estrategia de desarrollo institucional*. Neiva, Colombia.

Mill, J. S. (1951). *Principios de economía política: con algunas de sus aplicaciones a la filosofía social*. México: Fondo de Cultura Económica.

Mesa, E. (2011). Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento en los estudiantes de turismo: El caso de la universidad San Martín Porres, Lima (Perú). Disponible en: [http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/115561/1/DPSA\\_Julca\\_Meza\\_E.\\_Evaluaci%C3%B3n\\_de\\_factores.pdf](http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/115561/1/DPSA_Julca_Meza_E._Evaluaci%C3%B3n_de_factores.pdf)

Neira, M., Portela, M., Fernández, L., Rodeiro, D. (2013). Actitud emprendedora: un enfoque a través de los jóvenes y el género. Disponible en: [http://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/\\_galeria\\_down/documentos/EMPRENDER\\_UNA\\_PERSPECTIVA\\_DE\\_GENERO\\_reducido.pdf](http://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/EMPRENDER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf) pp. 69-74.

Ollé, M. Et al. (1997). El plan de empresa: cómo planificar la creación de una empresa. Editorial Marcombo. España.

Portafolio.co (Octubre, 2013). *Colombia, un buen país para las mujeres de empresa*. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/colombia-un-buen-pais-las-mujeres-empresa>

Pulgarin, S. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor de los estudiantes de pregrado de la Universidad del Rosario. *Revista EAN* No. 71, 27-30. Disponible en: <http://edicionesean.ean.edu.co/index.php/revistas/revistas-impresas/revista-ean?layout=edit&id=267>

Pulgarin, S. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor de los estudiantes de pregrado de la Universidad del Rosario. Disponible en: [http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/cf/cfef728f-3700-49bb-9e05-c8eddbf3a42b.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/cf/cfef728f-3700-49bb-9e05-c8eddbf3a42b.pdf)

Urosario.edu.co (2014). Centro de emprendimiento. Quienes somos. Disponible en: <http://www.urosario.edu.co/Centro-de-Emprendimiento/ur/Quienes-Somos/>

Urosario.edu.co (2014). Centro de emprendimiento. Emprendimiento Rosarista. Disponible en: <http://www.urosario.edu.co/Centro-de-Emprendimiento/ur/Emprendimiento-Rosarista/#a>

Uribe, A., Bermudez, J., Vásquez, M. (2009). Respuesta al cuestionario sobre la aplicación de la declaración y la plataforma de acción de Beijing y los resultados del 23° periodo extraordinario de sesiones de la asamblea general en conmemoración de Beijing +15. Disponible en: <http://www.eclac.cl/mujer/noticias/paginas/8/36338/Colombia.pdf> pp. 6-10.

Wilken, P. (1979). *Entrepreneurship. A Comparative Historical Study*. Alex publishing corporation. EE.UU., pp. 8-53.



Zhao, H.; Scott, E.; Hills, G.; (2005): "The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Applied Psychology*, vol. 90 (6), pp. 1265-1272.