

**COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO**



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

**AUTORES:**

CAMILA ESPERANZA DIAZ CIFUENTES

GINA PAOLA PARRA TORRES

NATALIA ISABEL RIVEROS POSADA

**LA INFLUENCIA DEL GÉNERO EN LOS ESTUDIANTES DE MEDICINA DE LA  
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO AL MOMENTO DE TOMAR LA DECISION DE  
EMPRENDER**

**PROYECTO DE INVESTIGACION**

BOGOTA, 2015

**COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO**



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

**AUTORES:**

CAMILA ESPERANZA DIAZ CIFUENTES

GINA PAOLA PARRA TORRES

NATALIA ISABEL RIVEROS POSADA

**LA INFLUENCIA DEL GÉNERO EN LOS ESTUDIANTES DE MEDICINA DE LA  
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO AL MOMENTO DE TOMAR LA DECISION DE  
EMPRENDER**

**PROYECTO DE INVESTIGACION**

**ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TUTOR: SERGIO ANDRES PULGARIN**

BOGOTA, 2015

## TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE GRÁFICOS .....	4
RESUMEN .....	5
ABSTRACT.....	6
1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1    Objetivos de la investigación .....	7
1.1.1 Objetivo General.....	7
1.1.2 Objetivo Específico.....	7
1.2    Fundamentación teórica .....	8
1.2.1 El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) .....	8
1.2.3 Tubería Empresarial.....	9
1.2.4 Emprendimiento por necesidad vs. Oportunidad .....	10
1.3    Marco Metodológico.....	12
1.3.1 Teoría de la Expectativa/Valoración.....	12
1.3.2    Teoría de la conducta planificada (TPB) .....	14
1.3.3    Modelo del evento empresarial .....	15
1.4    Contraste de las teorías .....	16
2. METODOLOGÍA .....	18
2.1 Factores asociados .....	18
a)    Necesidades de Logro .....	18
b)    Necesidades de Afiliación.....	19
c)    Necesidades de Poder.....	19
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	21
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	24
5. GLOSARIO .....	26
6. DEDICATORIA .....	27
7. AGRADECIMIENTOS .....	27
8. BIBLIOGRAFIA .....	28

## TABLA DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Tubería Empresarial Colombia .....	9
Gráfica 2. Tubería Empresarial Hombres y Mujeres .....	10
Gráfica 3. Tasa de Actividad Emprendedora para Colombia según género y motivación, 2011 -2012	12
Gráfica 4. Los tres tipos de relaciones que se dan para la motivación.....	13
Gráfica 5. Teoría de la Conducta Planificada. ....	15
Gráfica 6. Modelo del evento empresarial. ....	15
Gráfica 7. Relación del género y los factores comunes para el emprendimiento Facultad de Medicina Universidad del Rosario.....	16
Gráfica 8. Relación entorno familiar estudiantes de la Facultad de Medicina Universidad del Rosario .....	21
Gráfica 9. Relación ciudad de procedencia estudiantes Facultad de Medicina Universidad del Rosario. ....	22
Gráfica 10. Relación Género Facultad de Medicina de la Universidad del Rosario.....	23

## RESUMEN

La Facultad de Medicina de la Universidad del Rosario a nivel nacional e internacional se ha posicionado como una de las más célebres. De esta manera se hace interesante expandir el estudio de la caracterización del perfil emprendedor hacia esta facultad contrastándolo con el resto de la población colombiana emprendedora.

Para esta investigación se determinaron los factores comunes presentados entre los estudiantes de la facultad de medicina de la Universidad del Rosario al momento de emprender basados en las teorías de expectativa/valoración, comportamiento planificado y el modelo del evento empresarial.

Por esta razón se realizó un estudio a los estudiantes de la facultad de medicina de la Universidad del Rosario tomando como directiva si al momento de tomar la decisión de emprender lo hacen más los hombres o las mujeres. Para lo cual la investigación se fundamenta en las tres teorías principales mencionadas anteriormente; teoría de la expectativa/valoración de Víctor Vroom, teoría de la conducta planificada de Icek Ajzen y el modelo del evento empresarial de Albert Shapero, las cuales hacen posible una aproximación a la explicación de la relación del género con el emprendimiento. Así mismo se utilizó la herramienta conocida como “Características de Comportamiento Emprendedor” (CCE de EMPRETEC) la cual está basada en la teoría de McClelland, reflejando los factores motivacionales asociados al comportamiento emprendedor. Dentro de la metodología se logró determinar las diferencias reflejadas en factores del comportamiento emprendedor entre los hombres y las mujeres en Colombia, usando también como base las encuestas realizadas a los estudiantes de la facultad de medicina y el estudio realizado por la GEM a la población emprendedora.

### **Palabras Claves:**

Género, oportunidad, necesidad, motivación, emprendimiento y riesgo.

## ABSTRACT

*The School of Medicine of Universidad Del Rosario at a national and international level has become one of the most famous. That is why it becomes interesting to expand the study of the characterization of the entrepreneurial profile to this school contrasting with the rest of entrepreneurial Colombian population.*

*For this reason a study was conducted to analyze the common factors among students of the School of Medicine at the University of Rosario taking into consideration the theories of expectation / judgment, the planned behavior theory and the model business event.*

*This study was conducted to students of the faculty of medicine at the University of Rosario taking as directive if when making the decision to undertake do more men or women. For which the research is based on the three main theories mentioned above; expectancy theory / valuation of Victor Vroom, theory of planned behavior Ajzen Icek and the model business event Albert Shapero, which made possible an approach to the explanation of the relationship of gender to entrepreneurship. Also known as "Entrepreneur Features behavior" (CCE EMPRETEC) which is based on the theory of McClelland, reflecting factors associated entrepreneurial behavior motivational tool was used. Within the methodology it was determined the reflected differences in factors of entrepreneurial behavior among men and women in Colombia, also using as a basis the surveys to students of the Faculty of Medicine and the study by the GEM to entrepreneurial population .*

*Keywords: Gender, opportunity, need, motivation, entrepreneurship and risk.*

## **1. INTRODUCCIÓN**

La motivación a emprender como fuente para la generación de ingresos ha ganado importancia en las últimas décadas, es por esto que se ha incrementado el interés por estudiar los factores al momento de tomar la decisión de emprender, estos factores se refieren a la búsqueda de oportunidades e iniciativa, persistencia, cumplimiento, eficiencia y calidad, el saber cómo correr riesgos, saber también fijar metas, búsqueda de información, la habilidad para planificarse sistemáticamente y de esta forma hacer un adecuado seguimiento, redes de apoyo y la autoconfianza e independencia en la toma de decisiones (Pulgarin Molina & Cardona Acevedo, 2011).

Con el fin de dar una descripción del emprendimiento y su comportamiento entre las diferentes personas, se realizó una adaptación de la investigación del profesor Sergio Pulgarín enfocándola a los estudiantes de pregrado de la facultad de medicina de la Universidad del Rosario. Para la realización de las encuestas a esta facultad, se determinaron cinco variables principales al momento de emprender las cuales son; el nivel o semestre, entorno familiar empresarial, entorno familiar con negocio formal o informal, la ciudad de procedencia y el género.

Para darle curso a esta investigación la variable determinada como enfoque principal es el género, dado que se busca conocer si realmente existe un contraste significativo entre hombres y mujeres a la hora de emprender, buscando así mismo si existen factores determinantes que expliquen quienes son más emprendedores y por qué razones se da este fenómeno.

### **1.1 Objetivos de la investigación**

#### **1.1.1 Objetivo General**

Determinar de qué manera afecta la variable género en los estudiantes de la facultad de medicina de la Universidad del Rosario al momento de tomar la decisión de emprender.

#### **1.1.2 Objetivo Específico**

- Determinar cuáles son los factores comunes que se presentan entre los estudiantes de la facultad de medicina de la Universidad del Rosario al momento de emprender basados en las teorías de expectativa/valoración, comportamiento planificado y el modelo del evento empresarial.

## **1.2 Fundamentación teórica**

De manera general, dentro de los estudios realizados anteriormente en varios países, se observa que el emprendimiento ha ido tomando más fuerza (Henriquez Daza, Mosquera Sánchez, & Arias Sandoval, 2010). Sin embargo, la diferencia de un país a otro radica en las motivaciones que normalmente tienen las personas al momento de empezar un proyecto empresarial, teniendo en cuenta también que existen diferentes variables que contrastan la actividad emprendedora, enfocando esta investigación en la variable género como fue mencionado en la introducción.

### **1.2.1 El Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es un proyecto investigativo presente en varios países que realiza estudios sobre emprendimiento en cuanto al individuo y sus actividades en la relación al impacto que genera en el crecimiento económico de dicho país. En Colombia, el GEM se realiza desde el 2006 en cooperación con la Universidad de los Andes, Universidad del Norte, Universidad ICESI y Universidad Javeriana. En los informes del GEM se ha logrado identificar que principalmente se dan dos tipos de motivaciones al momento de emprender, se da el emprendimiento por oportunidad y adicional, el emprendimiento por necesidad. La tendencia hacia una de estas dos motivaciones, varía de acuerdo al país por algunas razones de su entorno. El emprendimiento motivado por necesidad es aquel que nace porque el empresario no encuentra una mejor opción de trabajo, mientras que el emprendimiento impulsado por la oportunidad, es en el que previamente hay una planificación de empresa de acuerdo a la identificación de alguna necesidad en el mercado, y en ocasiones, la innovación va de la mano del proyecto que se quiera poner en marcha.

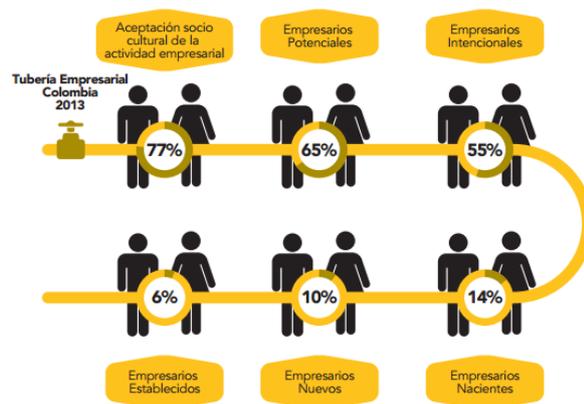
El GEM realizó un análisis de datos obtenidos en un estudio elaborado en Colombia entre el 2010 y 2013, donde se puede ver una tendencia decreciente tanto en la percepción de oportunidades como en la percepción de capacidades, y un crecimiento en el temor al fracaso,

que es un factor que más adelante se entrará a evaluar por su influencia en el emprendimiento colombiano, así mismo y para efectos de este análisis se tendrá en cuenta el estudio más reciente realizado por la GEM, llamado dinámica empresarial colombiana en el 2013, con el fin de complementar la información y darle un énfasis más contemporáneo a la investigación.

### 1.2.3 Tubería Empresarial

A continuación se explicará uno de los aportes investigativos realizados por la GEM en Colombia, esta investigación hace referencia a la integración de la tubería empresarial en Colombia representado en infografías, en donde se exponen seis etapas con su respectivo porcentaje de participación de los emprendedores Colombianos dentro de la misma con referencia a los países participantes del estudio GEM, visualizado en la Gráfica 1.

**Gráfica 1. Tubería Empresarial Colombia**

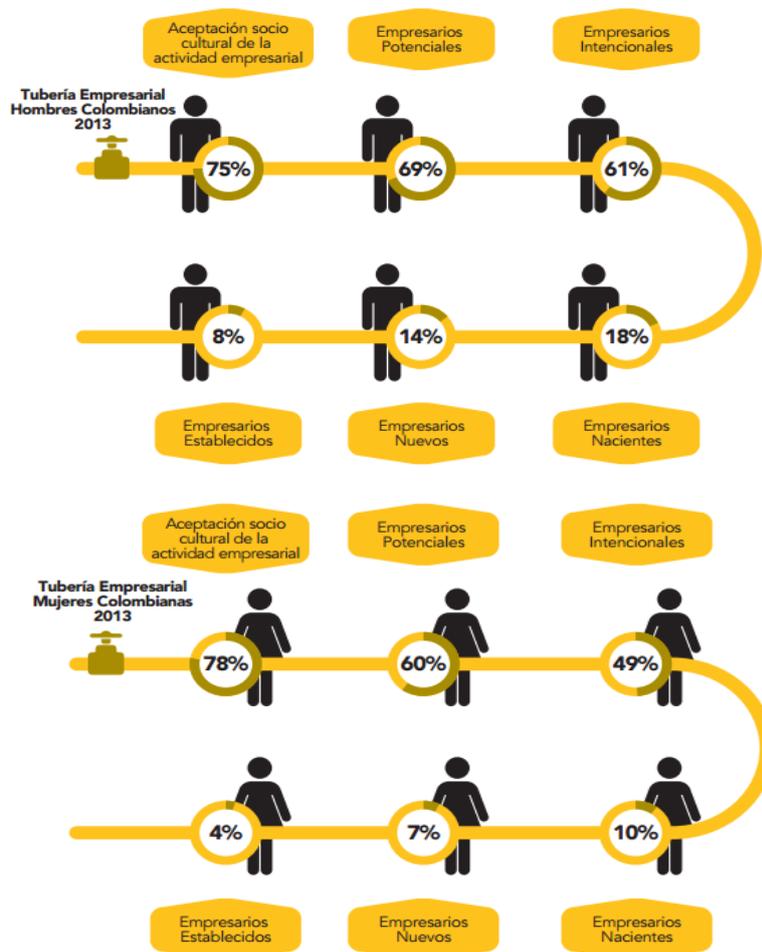


Fuente. (Varela, Gómez, Vesga, & Pereira, 2013).

En Colombia de acuerdo al estudio de la tubería empresarial se evidencia una reducción del porcentaje de participación dentro de cada una de las etapas representadas para el emprendimiento, siendo el punto más significativo, el paso de empresarios intencionales a empresarios nacientes, con una fuga de 41 puntos, entendiéndose que existe un gran porcentaje de emprendedores con una idea de negocio, pero a lo largo del ciclo de vida del emprendedor se puede evidenciar que este no persiste en su idea de concretar su proyecto inicial (Varela, Gómez, Vesga, & Pereira, 2013).

Una vez analizado el comportamiento de la participación emprendedora en Colombia de manera general, se tomará también en cuenta el análisis de la tubería empresarial por género realizado por el GEM.

## Gráfica 2. Tubería Empresarial Hombres y Mujeres



Fuente. (Varela, Gómez, Vesga, & Pereira, 2013).

Al analizar estas dos tuberías se puede evidenciar que el porcentaje de participación emprendedora inicial es mayor para las mujeres que para los hombres, sin embargo a lo largo del ciclo del emprendedor, la reducción del porcentaje dentro del mismo es más grande para las mujeres, entendiéndose como que son más las mujeres que empiezan un proyecto y no lo concretan que los hombres (Varela, Gómez, Vesga, & Pereira, 2013).

### 1.2.4 Emprendimiento por necesidad vs. Oportunidad

En Colombia, se evidencia que la mayoría de los emprendimientos realizados son por necesidad en comparación a los desarrollados por oportunidad, y que si se entra a analizar las diferentes variables que se tienen en cuenta dentro del estudio del GEM, se ve que la mayoría de las personas que emprenden son hombres, casi duplicando el número de las mujeres.

En el caso colombiano, influyen muchas variables culturales, económicas, políticas, entre las más representativas, se ve que en el país hay una fuerte tendencia al machismo, que desplaza socialmente a la mujer hacía labores domésticas o hacia trabajos profesionales de bajo impacto y exigencia.

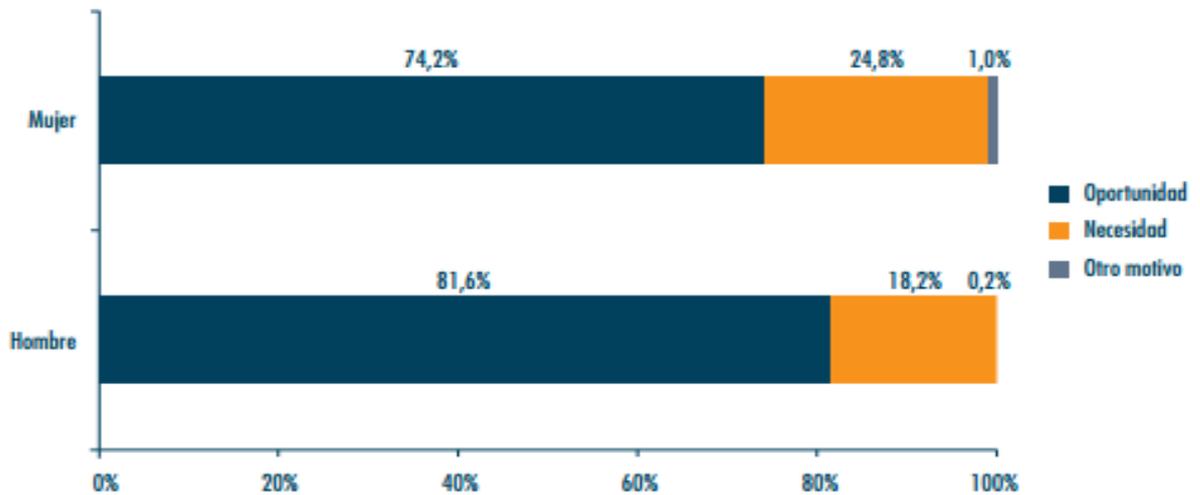
Por otro lado, los estudios de la GEM muestran que la mujer tiene un bajo nivel de acceso a la educación superior, en consecuencia de esto se ven obligadas a obtener un puesto de trabajo relacionado directamente con su nivel educativo. De esta manera, la mujer tiende a emprender motivada por la necesidad de incrementar sus ingresos y ser independiente, siguiendo quizás, algún modelo empresarial de alguien cercano a ella.

Dentro de varios conceptos y puntos de vista de estudios realizados a nivel mundial, se ha dicho que tradicionalmente y a lo largo de la historia los hombres se han reflejado por ser más emprendedores que las mujeres, con mejores oportunidades de empleo y salarios; basándose en una cultura machista, la cual estableció a la mujer con labores y quehaceres dentro del hogar, mientras el hombre estaba encargado de proporcionar ingresos económicos para cada uno de los miembros de su familia, así como se evidencia en Colombia (Quintana, 2013).

Sin embargo, con el paso del tiempo la mujer ha venido llegando a las universidades, superando en número a los hombres en la mayor cantidad de titulaciones; y así mismo vinculándose dentro del campo laboral empresarial esto, sin duda alguna, rompe el esquema tradicional, viéndose como una forma de buscar oportunidades y tomar iniciativa propia dentro de este entorno (Cañizares, 2011).

A continuación se puede observar un estudio realizado por el GEM-Colombia, en el cual se aprecia que la motivación de las mujeres Colombianas a la hora de crear empresa está más estimulada por la necesidad, mientras que para los hombres su motivación de crear empresa es por oportunidad (GEM, 2012).

**Gráfica 3. Tasa de Actividad Emprendedora para Colombia según género y motivación, 2011 -2012**



Fuente. (GEM, 2012).

En esta gráfica se puede apreciar que principalmente el 74,2% de las mujeres emprenden por oportunidad y el 24,8% restante emprenden por necesidad. Para el caso de los hombres el 81,6% de ellos emprende por oportunidad y el 18,2% emprende por necesidad. De acuerdo a esta tabulación se puede evidenciar que no existe una diferencia muy grande entre hombres y mujeres que emprenden por oportunidad ya que la mujer se ha visto con las mismas posibilidades que los hombres; esto se puede entender como acceso a educación superior, nivel económico, constante contacto con networking empresarial e inclusión en la innovación de procesos empresariales, lo que produce una alta motivación a emprender para ellas. En cuanto al emprendimiento por necesidad la diferencia entre hombres y mujeres aunque no es muy significativa, muestra que las mujeres tienen mayor tendencia a emprender por necesidad sin importar el status social sino más bien buscando un auxilio temporal a la situación económica (GEM, 2012).

### 1.3 Marco Metodológico

#### 1.3.1 Teoría de la Expectativa/Valoración

Esta teoría se desarrolló para poder predecir cómo estaban balanceados los niveles de motivación que presentaban los individuos y se le atribuye a Víctor Vroom. Todo esto se

evidencia desde la asunción primitiva de que los individuos tomarán acciones una vez se crea que todos los esfuerzos invertidos los guiarán al máximo y más amplio desempeño, al éxito rotundo trayendo resultados meramente positivos (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

Esta teoría mejor conocida como “la teoría VIE” (en inglés: *Valence, Instrumentality and expectancy*) claramente justifica como la motivación puede estar basada en tres tipos de relaciones las cuales son: 1. Expectativa o probabilidad individual y subjetiva de que el esfuerzo conducirá a cierto resultado (esfuerzo-rendimiento). 2. Lo que parece atractivo, conveniente y satisfactorio de los resultados pronosticados (la valoración personal de los objetivos) y 3. La certeza de que de acuerdo a como sea el nivel de rendimiento así serán los resultados (relación instrumentalidad) (Brenes Bonilla, 2013).

#### Gráfica 4. Los tres tipos de relaciones que se dan para la motivación



Fuente. Elaboración Propia.

Esta teoría ha alcanzado una posición muy importante al momento de estudiar las motivaciones a emprender y trabajar, esto es de acuerdo a los estudios de Van Eerde y Thierry. De esta forma entonces se presume que una persona está motivada a cumplir su labor de manera correcta y adecuada siempre y cuando exista una recompensa del mismo tamaño, aquí esto se trata de valoración, aquella valoración personal de los objetivos. Un ejemplo claro y útil se remonta a una investigación desarrollado por Isaac, Zerve y Pitt quienes a través de las teorías sobre el liderazgo lograron aplicar de manera pertinente esta teoría y llegaron a la conclusión de que grandes niveles de desempeño y emprendimiento surgen cuando existen motivaciones claras para así poder trabajar y emprender, es decir que sin motivación no hay desempeño alto ni tampoco razones suficientes para emprender. (Startien & Remeikien, 2008).

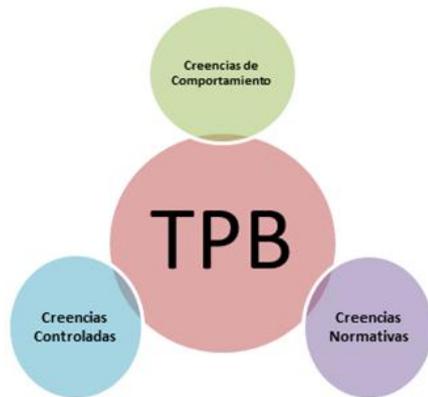
Después de entender más a fondo la teoría, en un estudio posterior de Van Eerde y Thierry, se encuentra la correcta aplicación de la misma y se especifican cuatro mecanismos por medio de los cuales la correcta caracterización motivacional del emprendedor puede influir al momento de emprender; éstas son la intención, el esfuerzo previo, el desempeño de tareas y el tiempo que se le dedica a dicha tarea, sin embargo por su parte Gatewood, Shaver, Powers y Gartner afirman y se centran más en que lo mencionado anteriormente, depende básicamente de las expectativas individuales a través de las cuales se utilizan experiencias y conocimiento previo para poder presagiar el futuro. De esta manera entonces realizan un paralelo de esta teoría de expectativa con los planteamientos de Bandura desde el punto de vista de que un individuo puede llegar a estar dispuesto a emplear todo su empeño para desarrollar todas las actividades si y solo si considera que realmente dispensa las habilidades suficientes para realizarlas. (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

### 1.3.2 Teoría de la conducta planificada (TPB)

Esta teoría fue desarrollada por Icek Ajzen en 1991, centrándose en las intenciones del ser humano para realizar una conducta determinada; está basada en predecir y explicar la conducta humana centrándose en la intención del individuo para actuar conforme a una conducta dada, no a corto plazo sino a largo plazo, lo que abre paso a que esta teoría pueda ser aplicada a la creación de empresas (Galve, 2009).

Consta de tres consideraciones o factores determinantes de la intención y de las acciones; en primera medida se encuentran las creencias de comportamiento, la cual está basada en creencias representadas en las consecuencias probables del comportamiento, en donde el ser humano tiene una valoración favorable o desfavorable de la conducta en cuestión, esto se entiende como que el individuo debe analizar cuál será la consecuencia probable de su comportamiento afectándolo positiva o negativamente. Por otro lado se encuentran las creencias normativas en donde esta se refiere a las creencias descritas por las expectativas normativas de otros, dada en la percepción de una presión social por el individuo en cuanto a realizar o no la conducta, es decir que el individuo realiza una acción conforme a lo que el entorno le obliga a decidir; por último encontramos las creencias controladas, siendo estas creencias sobre la presencia de factores que pueden suministrar oportunidades o así mismo imposibilitar el desarrollo de las mismas, lo que quiere decir que hay ciertos factores del entorno que el individuo no puede controlar. (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

**Gráfica 5. Teoría de la Conducta Planificada.**



Fuente. Elaboración Propia.

Esta teoría da paso a la interpretación de la intención de emprender de un individuo, la cual está condicionada por el resultado que el emprendedor espera conseguir, las expectativas que están presentes en su entorno sobre su conducta y la percepción que este mismo tenga de su propia capacidad para controlar y conseguir resultados de su acción emprendedora. (Galve, 2009).

### 1.3.3 Modelo del evento empresarial

Albert Shapero plantea la teoría del evento empresarial, señalando que la intención emprendedora depende principalmente de su nivel de deseabilidad y la factibilidad de realizar dicha actividad (Varela & Bedoya Arturo, 2006).

**Gráfica 6. Modelo del evento empresarial.**



Fuente. Elaboración propia.

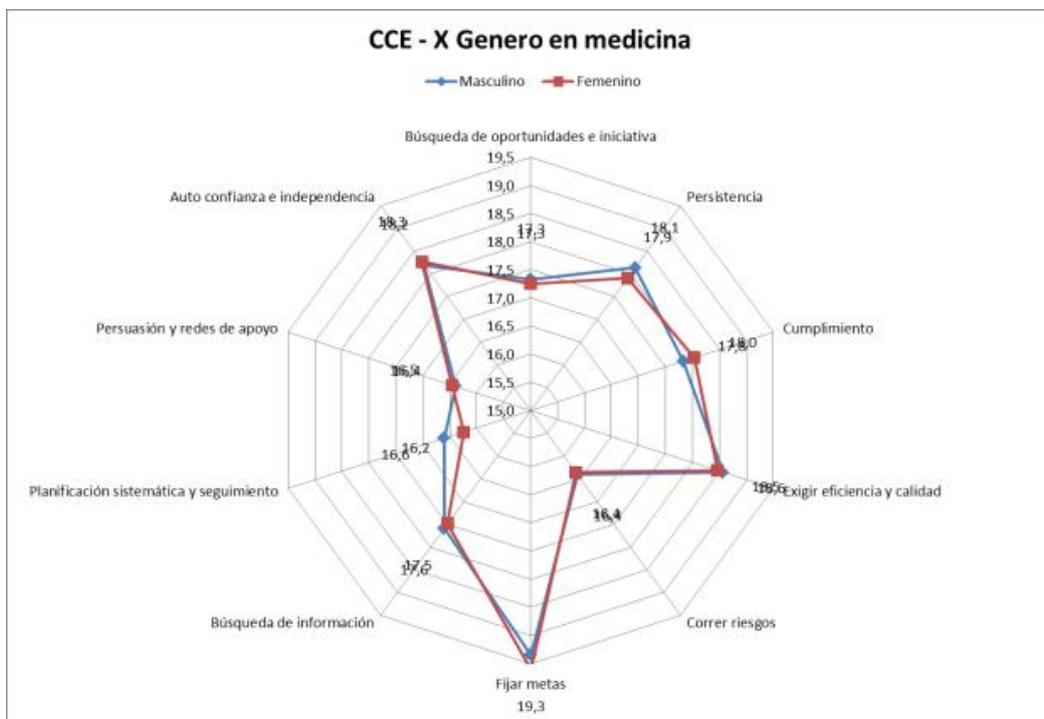
Esta intención emprendedora puede darse como resultado de valores culturales y de conductas a medida que se va desarrollando el proceso de emprendimiento.

Durante el proceso, se da lugar cinco características o factores que son importantes en el proceso empresarial para crear una diferenciación y llegar a tener un negocio competitivo, como son la toma de iniciativa, la acumulación de recursos, administración, autonomía y toma de riesgos.

### 1.4 Contraste de las teorías

Después de hacer una aproximación a las tres teorías fundamentales dentro de esta investigación, a continuación se determinarán y se explicarán cuáles son los factores comunes que se presentan en los estudiantes de la facultad de medicina la Universidad del Rosario al momento de emprender, teniendo como base las mismas.

**Gráfica 7. Relación del género y los factores comunes para el emprendimiento Facultad de Medicina Universidad del Rosario**



Fuente. Resultados obtenidos de la investigación cuantitativa.

De acuerdo a la teoría de la Expectativa/Valoración, los tres factores que más se relacionan a esta investigación son en primer lugar la búsqueda de oportunidades e iniciativa en donde

para este caso se puede observar que tanto hombres como mujeres presentan un puntaje similar lo cual se refiere a que el individuo está siempre en constante búsqueda de nuevas oportunidades de negocio teniendo en cuenta siempre la motivación y la expectativa de un resultado positivo y acertado planteado desde el principio por iniciativa propia. (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

En segundo lugar se encuentra la fijación de metas donde se observa que la diferencia, aunque no es significativa entre mujeres y hombres, es mayor para las mujeres de esto se puede así mismo apreciar que las personas están constantemente desafiándose con nuevos retos por cumplir, entendiendo que esto es algo atractivo, conveniente y satisfactorio para ellos ya que siempre se tendrá en cuenta su subjetiva valoración de los objetivos. Y en tercer lugar se encuentra el cumplimiento en donde se evidencia que las mujeres son un poco más cumplidas que los hombres de esta manera se puede considerar que el cumplimiento óptimo de los objetivos, el rendimiento dentro de desarrollo de este y el nivel de obediencia las tareas propuestas se verá reflejado a los resultados propuestos desde el principio. De acuerdo a este planteamiento los individuos son responsables por hacer cumplir sus expectativas teniendo siempre en cuenta su nivel de valoración de las mismas. (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014)

Dentro de la teoría de la conducta planificada (TPB), hay tres factores que se asocian a la misma, los cuales le dan curso a la investigación de manera acertada. En primera medida se encuentra la autoconfianza e independencia en donde no hay una diferencia notable entre mujeres y hombres en donde el individuo tiene una valoración favorable de su conducta permitiéndole desenvolverse libremente en su campo ya que tienen conocimiento de cuáles son sus habilidades y herramientas a la hora de emprender. En segundo lugar se tiene el factor de correr riesgos en donde no se encuentra diferencia significativa entre los hombres y las mujeres mostrando que la persona se encuentra inmersa dentro de un entorno que ejerce presión a la hora de buscar oportunidades de emprendimiento aun desconociendo los obstáculos que se puedan presentar en el camino, este siempre estará dispuesto a actuar buscando soluciones acertadas. Y en tercer lugar se encuentra la planificación sistemática y el seguimiento para este caso se evidencia una diferencia entre hombres y mujeres, mostrando que la planeación sistemática de los hombres es mejor que el de las mujeres haciéndolos más organizados y facilitándoles el desempeño de su comportamiento.

Para el modelo del evento empresarial, los factores que tienen mayor implicación son: la búsqueda oportunidades e iniciativa donde no hay diferencia significativa entre hombres y

mujeres la cual va relacionada con las acciones que se toman al momento de poder identificar y llevar la oportunidad de negocio. Por otro lado, está la toma de riesgos en donde tampoco hay diferencia significativa entre hombres y mujeres y es entendida como la disposición para enfrentar los resultados tantos buenos o malos en el proceso emprendedor (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014).

## 2. METODOLOGÍA

El estudio tiene como propósito analizar la variable género en los estudiantes de la facultad de medicina de la Universidad del Rosario y los factores que se relacionan en el emprendimiento, con el fin de lograr entender de una forma más apta la tendencia que se ve dentro de este grupo de estudiantes de la universidad de acuerdo a estudios realizados anteriormente que permiten llegar a la conclusión de que las mujeres están menos involucradas que los hombres en el emprendimiento. Para el desarrollo de este estudio se implementó la herramienta “preparándose para emprender” prueba que se desarrolló por el programa para el fomento al emprendimiento de las Naciones Unidas, conocido como EMPRECTEC (Pulgarin Molina & Cardona Acevedo, 2011).

Factores asociadas a la personalidad del emprendedor que van a ser analizadas desde el punto de vista de la variable género.

### 2.1 Factores asociados

#### a) Necesidades de Logro

##### **Persistencia:**

Es la reacción de ser constante frente a algún reto o desafío que se presenta y el hecho de poder afrontarla.

##### **Buscar oportunidades e iniciativa:**

La persona emprendedora busca proactivamente nuevas oportunidades de negocio y siempre por iniciativa propia.

##### **Buscar riesgos calculados:**

El sujeto emprendedor está constantemente actuando frente a los riesgos premeditadamente, buscando reducirlos dentro de lo que él puede prever tomando decisiones basadas en las alternativas provistas.

**Exigir eficiencia y calidad:**

El emprendedor busca siempre obtener los mejores y eficientes resultados a la hora de realizar las tareas propuestas.

**Cumplir los compromisos:**

Dar los resultados óptimos y obedecer a las tareas propuestas.

**b) Necesidades de Afiliación**

**Planificar sistemáticamente:**

Implica ser organizado en la planeación, asignación y revisión de las tareas propuestas, todo esto de acuerdo con las expectativas iniciales.

**Buscar información:**

El emprendedor siempre está actualizado en las fuentes de información que requiere para sus estudios y actividades diarias, siempre se vale de personas expertas en los temas de su interés, el emprendedor es proactivo al esforzarse en la búsqueda de la información.

**Fijar metas:**

Un emprendedor está constantemente retándose a cumplir nuevos desafíos, es una persona que tiene una visión clara de lo que desea alcanzar y se esfuerza por conseguirlo.

**c) Necesidades de Poder**

**Ser persuasivo y construir redes de apoyo:**

La persona emprendedora entiende la necesidad de estar conectado con otras personas que se desenvuelven en el mismo campo, ejerciendo sus habilidades de liderazgo influenciando otras personas para el trabajo en equipo con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

**Autoconfianza e independencia:**

El emprendedor conoce sus habilidades y capacidades que le permiten desenvolverse libremente en su campo, siempre que se le presentan obstáculos y retos tiene la capacidad de superarlos, es muy autónomo en sus decisiones y es consciente que el éxito y fracaso de sus planes depende de él.

La diferencia entre la autoconfianza y la independencia radica en la intención a realizar las acciones, ya que la autoconfianza es el hecho de creer en las propias capacidades al momento

de tomar decisiones o realizar una acción, mientras que la independencia se ve reflejada en tomar decisiones y realizar acciones por su propia cuenta.

Para el progreso de esta investigación se realizó una investigación de carácter cuantitativo que pretende mostrar los resultados obtenidos dentro de las encuestas, permitiendo así establecer una serie de parámetros para generalizar los resultados adquiridos. Adicionalmente la investigación cuantitativa provee la posibilidad de contrastar variables como género, nivel educativo, ciudad de procedencia, entre otros.

El desarrollo de este análisis desde el estudio de la caracterización de comportamiento emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Medicina de la Universidad del Rosario no pretende escoger el mejor género para emprender, sólo quiere dar a conocer las razones por las que cada género emprende y cuál de estos dos es más propenso y más arriesgado a hacerlo a la hora de decidir.

De acuerdo al instrumento de medición, fue clasificado en dos categorías de variables. La primera satisface a variables de tipo demográfico como edad, sexo, semestre, entre otros y la segunda categoría satisface a la medición de los 10 factores mencionados anteriormente por medio del cuestionario estructurado de 55 preguntas (Pulgarin Molina & Cardona Acevedo, 2011).

En el cuestionario, al candidato se le presentan una serie de situaciones cotidianas en donde deben calificar en un rango de 1 a 5 de acuerdo a su nivel de conformidad con la misma de esta forma:

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

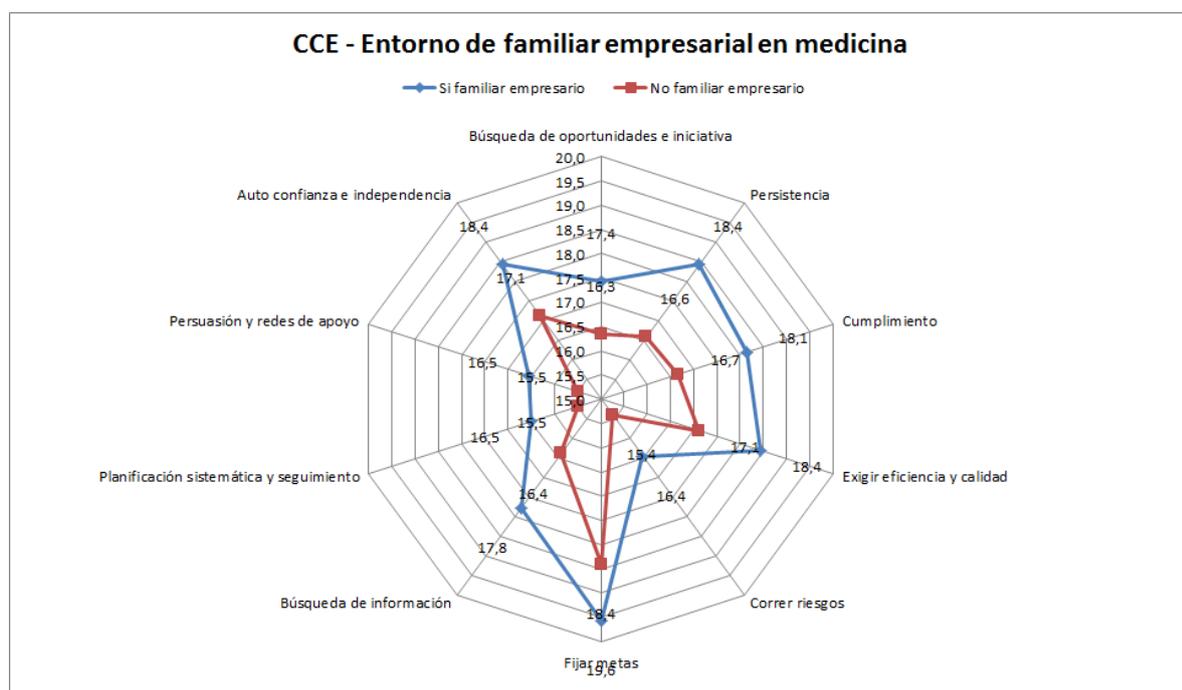
<b>Facultad</b>	<b>Programa</b>	<b>No. Estudiantes</b>	<b>Muestra</b>	<b>No. Semestres</b>	<b>Encuesta por Semestre</b>
Medicina	Medicina	1223	304	11	28

Fuente. Elaboración propia

### 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

A continuación se presenta el análisis de las tres variables con resultados más contrastantes; familiar empresario, negocio formal y género.

**Gráfica 8. Relación entorno familiar estudiantes de la Facultad de Medicina Universidad del Rosario**

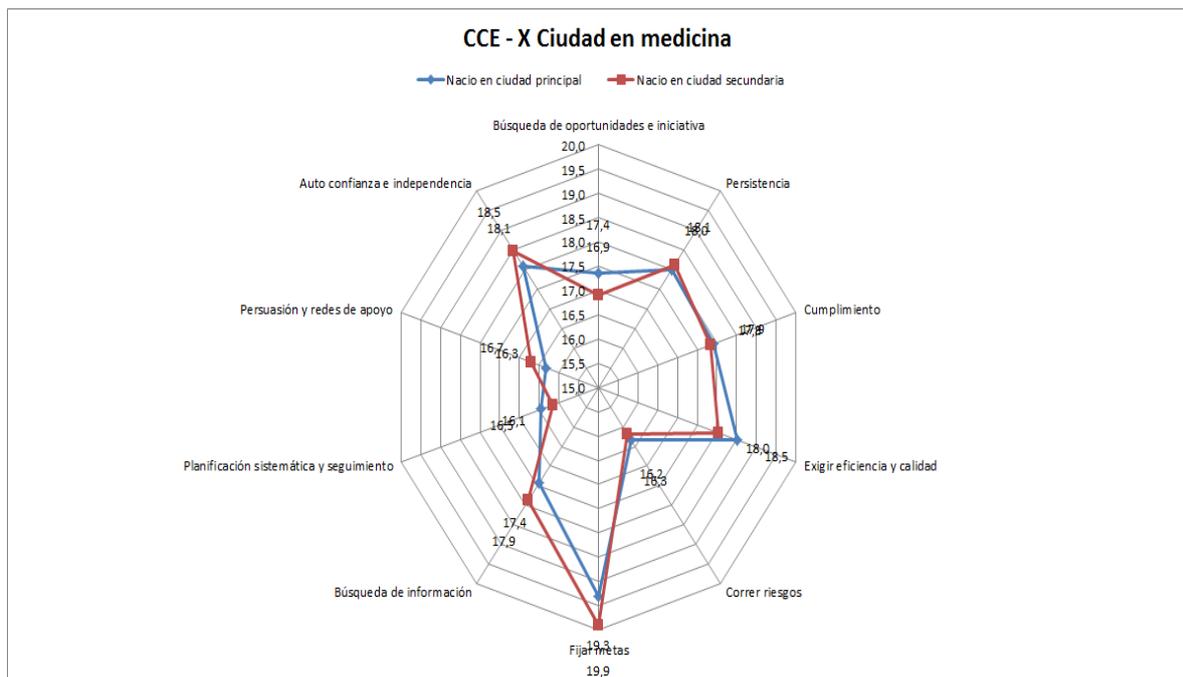


Fuente. Resultados obtenidos de la investigación cuantitativa.

Los resultados de la gráfica 8 muestran que es mayor el promedio de los estudiantes que tienen familiares empresarios. Dentro de este análisis se establecen dos factores predominantes positiva y negativamente, siendo el mayor fijar metas, con un promedio de 19,6. Se puede analizar que este resultado se da debido a que los estudiantes tienen un patrón de referencia dentro de su entorno familiar que puede servir de guía dentro de su proceso de emprendimiento. En cuanto al factor correr riesgos que en este caso es el menor con un promedio de 16,4. Se puede analizar que esto se da debido a que al momento de emprender tienen más precaución porque hay un conocimiento previo dentro de los mismos riesgos que toman sus familiares empresarios.

Para los resultados de los estudiantes que no tienen familiares empresarios igualmente predominan éstos dos factores en donde fijar metas cuenta con un promedio de 18,4, se puede pensar que esto se da debido a que los colombianos tienden a fijarse metas premeditadamente sin concluir las exitosamente, analizado dentro del estudio de la tubería empresarial en la fundamentación teórica.

**Gráfica 9. Relación ciudad de procedencia estudiantes Facultad de Medicina Universidad del Rosario.**

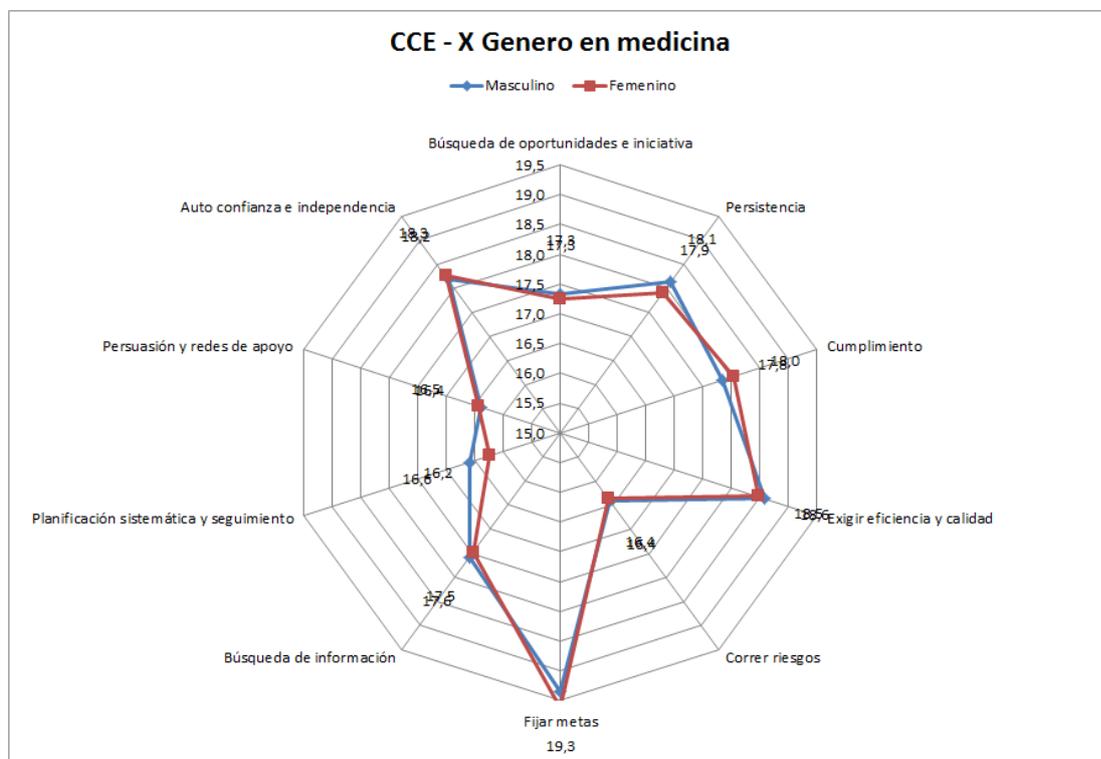


Fuente. Resultados obtenidos de la investigación cuantitativa.

Los resultados de la gráfica 9 muestran que es mayor el promedio de los estudiantes que provienen de ciudades secundarias. Dentro de este análisis se establecen así mismo dos factores predominantes positiva y negativamente, siendo el mayor fijar metas, con un promedio de 19,9 para los estudiantes provenientes de ciudades secundarias y 19,3 para los estudiantes provenientes de ciudades principales. Este resultado se torna imprevisto ya que se podría decir que lo esperado es que las personas que provienen de las ciudades principales tiendan más a la fijación de metas ya que cuentan con mayor acceso a la tecnología, mejores niveles de educación y redes empresariales, entre otros, para adecuada planeación de su futuro, de esta manera se asume que los estudiantes provenientes de ciudades secundarias tienden más a fijarse metas por la necesidad y deseo de mejorar sus condiciones de vida en cuanto a educación y trabajo, entre otros. Para el factor de planificación sistemática y

seguimiento, que tanto en el caso de los estudiantes provenientes de ciudades principales y ciudades secundarias se muestra como el menor, con un promedio de 16,5 y 16,1 respectivamente. De esta manera se evidencia una dificultad para el desarrollo del seguimiento sistemático de las metas fijadas inicialmente, ya que no existe un plan de acción individual por la falta de disciplina que viene arraigada a la cultura colombiana habitual analizado dentro del estudio de la tubería empresarial colombiana, dado que es muy pequeño el porcentaje de emprendedores que logra establecer exitosamente sus proyectos empresariales.

**Gráfica 10. Relación Género Facultad de Medicina de la Universidad del Rosario.**



Fuente. Resultados obtenidos de la investigación cuantitativa.

Los resultados de la gráfica 10 muestran que para la variable género dentro de este análisis se establecen dos factores predominantes positiva y negativamente, siendo el más contrastante fijar metas tanto para hombres como para mujeres, con un promedio de 19,3. Se podría analizar este resultado contrastado por el GEM dentro de la fundamentación teórica, en donde se muestra que en un 77% de la población encuestada, se inicia la aceptación socio-cultural de dicha actividad empresarial, estableciéndose metas para darle curso a su proyecto. El factor que se refleja negativamente es el de planificación sistemática y seguimiento para hombres y mujeres con un promedio de 16,6 y 16,2 respectivamente, en donde se podría

afirmar que la población no está haciendo uso adecuado de las herramientas a las que puede acudir como: redes empresariales, tecnología, educación, entre otras. Estas sin duda alguna facilitarían un óptimo seguimiento de los objetivos para cumplir las metas propuestas dentro del entorno empresarial.

#### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

A pesar de que esta investigación buscaba determinar de qué manera afecta la variable género en los estudiantes, también se logró establecer cuáles son los factores comunes que se presentan entre los estudiantes basados en las tres teorías explicadas a lo largo del artículo.

Esta investigación se enfocó en la Teoría de la Conducta Planificada en donde se puede concluir que en primer lugar el ser humano debe ser consciente que debe hacer una introspectiva de las consecuencias negativas o positivas de su comportamiento frente al entorno emprendedor, es por esto que creemos que tanto las mujeres como los hombres al fijarse metas deben lograr una aproximación a la realidad de las consecuencias de dichas metas, haciéndolas más tangibles y logrables para que no se quede solamente en planes a futuro si no que se vuelvan una realidad, haciendo un uso óptimo de las herramientas que puedan tener facilitándoles el desarrollo del proyecto a emprender. Así mismo, es importante que entiendan que a pesar de existir creencias normativas establecidas en donde las personas se ven afectadas por el entorno y la presión social, el éxito es personal.

No podría darse una apreciación exacta para demostrar que en general los hombres son más emprendedores que las mujeres y viceversa; pero lo que sí podría establecerse es el hecho de que existen diferentes factores que afectan dentro del entorno de estos a la hora de emprender un proyecto. Para darle curso al artículo, de los ocho factores de la investigación realizada a los estudiantes, seis de éstos fueron analizados con base en las teorías y sus características principales, haciendo de este un estudio más exhaustivo y acertado de los efectos de la variable género en el emprendimiento. Para lo cual se concluyó que la razón por la cual no hay una diferencia reveladora entre los hombres y las mujeres al momento de emprender es gracias a que los resultados arrojaron que en variables como búsqueda de oportunidades e

iniciativa, correr riesgos y la autoconfianza e independencia no se presentaron diferencias notables entre ambos géneros.

A lo largo del desarrollo de esta investigación se analizó por medio de estudios realizados por el GEM, 2010 – 2012, GEM 2013 y por algunos otros tomados en consideración, que los hombres emprenden por oportunidad y las mujeres por necesidad, así mismo en uno de los estudios conocido como la tubería empresarial que data las diferentes etapas dentro del ciclo de vida empresarial, el cual refleja que tanto hombres como mujeres presentan una motivación alta al momento de iniciar un proyecto emprendedor, se ve afectado a lo largo del ciclo por el factor de planificación sistemática y el seguimiento de los objetivos planteados para cumplir las metas, ocasionando una reducción en el promedio de personas que logran exitosamente establecer dicho proyecto. Dado esto el porcentaje más alto de reducción se ve en las mujeres lo cual indica que los hombres son más exitosos a la hora de concluir sus metas.

Para este caso, tomando en cuenta a los estudiantes de la facultad de medicina de la Universidad del Rosario se pudo observar que dentro del entorno de la medicina las personas presentan retos diferentes basados en el estilo de vida que decidieron tomar. Como se mencionó anteriormente, los individuos presentan características y factores muy similares y por esto se puede concluir que las razones por las que emprenden se ven arraigadas a aprovechar las oportunidades que se presentan en el camino, buscar una solución rápida frente a una urgencia económica, la motivación a buscar nuevos retos y la autoconfianza en el cumplimiento de sus objetivos.

## 5. GLOSARIO

**INNOVACIÓN:** Introducción de un nuevo método de producción o metodología organizativa (Macros, 2014).

**NECESIDAD:** es un componente básico del ser humano que afecta su comportamiento, porque siente la falta de algo para poder sobrevivir o sencillamente para estar mejor (Thompson, 2006).

**GENERO:** Es un término técnico específico en ciencias sociales que alude al conjunto de características diferenciadas que cada sociedad asigna a hombres y mujeres (OMS, 2014).

**OPORTUNIDAD:** Se designa con el término de oportunidad a aquel momento que resulta ser propicio para algo, para llevar a cabo un negocio, para concretar una relación o bien para realizar la famosa travesía que siempre se anheló y postergó, es decir, cualquier acción que se lleva a cabo durante ese tiempo o momento propicio tendrá un final exitoso (ABC, 2007)

**MOTIVACION:** es el estímulo que mueve a una persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. En pocas palabras, es la voluntad para hacer un esfuerzo, por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal (Orfila, 2012)

**RIESGO:** es la vulnerabilidad ante un potencial perjuicio o daño para las unidades, personas, organizaciones o entidades. Cuanto mayor es la vulnerabilidad mayor es el riesgo, pero cuanto más factible es el perjuicio o daño, mayor es el peligro. Por tanto, el riesgo se refiere a la posibilidad de daño bajo determinadas circunstancias (Barrios, 2014)

**EMPRENDIMIENTO:** 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 (Gerencie-Colombia, 2010).

## **6. DEDICATORIA**

A Dios quién nos inspira todos los días a caminar en fe y a trabajar por nuestro futuro

A nuestros padres quienes con su esfuerzo nos enseñan a retornos todos los días por cosas nuevas y mejores, quienes con amor y paciencia nos demuestran que son parte de este sueño y este logro.

A nuestros amigos y colegas quienes ayudaron en el desarrollo de nuevas y mejores competencias, con quienes compartimos retos y logramos metas a lo largo de nuestra carrera.

## **7. AGRADECIMIENTOS**

A Dios una vez más por todo lo que ha logrado hacer con nosotras.

A nuestros padres, a nuestros profesores y en especial a Sergio Pulgarín quien con paciencia y dedicación nos acompañó y asesoró en todo este proceso.

A nuestra familia por su apoyo incondicional y sobre todo a la Universidad del Rosario por permitirnos aprender, desarrollarnos y por encima de todo soñar en grande.

## 8. BIBLIOGRAFIA

- ABC, D. (Junio de 2007). *Definición ABC*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2014, de Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/general/oportunidad.php>
- Barrios, L. (Octubre de 2014). *Academia.Edu*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2014, de Academia.Edu: [http://www.academia.edu/6966376/Riesgo\\_es\\_la\\_vulnerabilidad\\_ante\\_un\\_potencial\\_perjuicio\\_o\\_dano\\_para\\_las\\_unidades](http://www.academia.edu/6966376/Riesgo_es_la_vulnerabilidad_ante_un_potencial_perjuicio_o_dano_para_las_unidades)
- Gerencie-Colombia. (12 de Junio de 2010). *Gerencie.com Colombia*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2014, de Gerencie.com Colombia: <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Macros, W. a. (12 de Noviembre de 2014). *Web and Macros*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de Web and Macros: <http://www.webandmacros.com/innovacionconceptos.htm>
- OMS. (Noviembre de 2014). *Organizacion Mundial de la Salud*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2014, de Organizacion Mundial de la Salud: <http://www.who.int/topics/gender/es/>
- Orfila, L. Z. (6 de Agosto de 2012). *Acesoria y Capacitación de Empresas*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2014, de Acesoria y Capacitación de Empresas: <http://asesoriaycapacitaciondeempresas.blogspot.com/2012/06/la-motivacion-motivacion-son-los.html?m=1>
- Thompson, I. (Septiembre de 2006). *Promonegocios.net*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2014, de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/necesidad-definicion.html>
- Amorós, J. E., & Pizarro, O. (Octubre de 2006). *Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio*. Recuperado el 16 de Julio de 2014, de Universidad del Rosario: <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/940>
- Brenes Bonilla, B. M. (Agosto de 2013). *Diferencias por género en el emprendimiento empresarial costarricense*. Recuperado el 16 de Julio de 2014, de TEC Empresarial: [http://www.tec-digital.itcr.ac.cr/servicios/ojs/index.php/tec\\_empresarial/article/view/1510/1404](http://www.tec-digital.itcr.ac.cr/servicios/ojs/index.php/tec_empresarial/article/view/1510/1404)
- Cañizares, S. M. (Marzo de 2011). *Actitud emprendedora y género en el alumnado de la Universidad de Córdoba*. (S. d. Córdoba, Ed.) Recuperado el 15 de Julio de 2014, de Consejo Social UCO: <http://www.emprendedorxxi.coop/Pdf/Informe%20del%20Estudio.pdf>

- Castiblanco, S. E. (Diciembre de 2013). *La Construcción de la Categoría de Emprendimiento Femenino*. Recuperado el 16 de Julio de 2014, de Dotec Colombia: <http://www.dotec-colombia.org/index.php/series/180-universidad-militar-nueva-granada/revista-facultad-de-ciencias-economicas/11743-la-construccion-de-la-categoria-de-emprendimiento-femenino>
- Galve, M. A. (26 de Julio de 2009). *El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes de su constitución*. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2975142.pdf>
- GEM. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor Colombia*. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de [http://www.gemconsortium.org/assets/uploads/1353945605GEM\\_COLOMBIA\\_2012\\_updated\\_nov12.pdf](http://www.gemconsortium.org/assets/uploads/1353945605GEM_COLOMBIA_2012_updated_nov12.pdf)
- Henriquez Daza, M. C., Mosquera Sánchez, C. E., & Arias Sandoval, A. (18 de Noviembre de 2010). *La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina*. Obtenido de <http://revistas.javerianacali.edu.co/index.php/economia/article/download/385/593>.
- Marulanda, F. Á., Montoya, I. A., & Vélez, J. M. (Marzo de 2014). *Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento*. Recuperado el 22 de Julio de 2014, de Revistas Científicas Universidad del Norte: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/6711/5908>
- Pérez-Quintana, A. (Septiembre de 2013). *La influencia de los estereotipos de género en el emprendimiento: Una aplicación en el contexto de Catalunya*. Recuperado el Julio de 2014, de Universitat de Barcelona: [http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/132694/02.APQ\\_TESIS.pdf;jsessionid=2F17331561827BDC08AA2869CEC1B868.tdx2?sequence=7](http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/132694/02.APQ_TESIS.pdf;jsessionid=2F17331561827BDC08AA2869CEC1B868.tdx2?sequence=7)
- Pulgarin Molina, S., & Cardona Acevedo, M. (2011). *Caracterización del Comportamiento emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario*. Revista EAN , 22-39.
- Startien, G., & Remeikien, R. (Mayo de 2008). Engineering Economics. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de PDF IO: <http://www.pdfio.net/k-9663302.html>
- Varela, R., & Bedoya Arturo, O. L. (2006). Biblioteca Digital Universidad ICESI. Obtenido de Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias: [https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/item/4078/1/modelo\\_conceptual\\_de\\_desarrollo\\_empresarial\\_basado\\_en\\_competencias.pdf](https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/4078/1/modelo_conceptual_de_desarrollo_empresarial_basado_en_competencias.pdf)
- Varela, R., Gómez, L., Vesga, R., & Pereira, F. (2013). *Dinámica Empresarial Colombiana*. Grupo GEM Colombia.

Warnecke, T. (Junio de 2013). *Entrepreneurship and Gender: An Institutional Perspective*.  
Recuperado el 16 de Julio de 2014, de Ebsco Host Connection:  
<http://connection.ebscohost.com/c/articles/88411799/entrepreneurship-gender-institutional-perspective>