

**PROPUESTA PARA LA CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO  
EMPRENDEDOR EN LOS ESTUDIANTES DE GESTIÓN DE EMPRESAS DE  
UNILATINA, SEGÚN EL MODELO DE LA NECESIDAD DEL LOGRO DE DAVID  
MCCLELLAND.**

**JEYSON DAVID RIVEROS CALDERÓN**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA - UNILATINA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ, 09 DE MAYO DE 2018**

**PROPUESTA PARA LA CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO  
EMPREDEDOR EN LOS ESTUDIANTES DE GESTIÓN DE EMPRESAS DE  
UNILATINA, SEGÚN EL MODELO DE LA NECESIDAD DEL LOGRO DE DAVID  
MCCLELLAND.**

**JEYSON DAVID RIVEROS CALDERÓN**

**Trabajo presentado como requisito para optar al título profesional en Administración de  
Empresas**

**Asesor: Oscar William Cortés Bello**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA - UNILATINA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ, 09 DE MAYO DE 2018**

## **CERTIFICADO DE AUTORÍA INTELECTUAL**

Bogotá, 08 de junio de 2018

Yo, JEYSON DAVID RIVEROS CALDERÓN, declaro que el trabajo de grado titulado: **PROPUESTA PARA LA CARACTERIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR EN LOS ESTUDIANTES DE GESTIÓN DE EMPRESAS DE UNILATINA, SEGÚN EL MODELO DE LA NECESIDAD DEL LOGRO DE DAVID MCCLELLAND**, presentado como requisito para obtener el título de **PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** otorgado por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Institución Universitaria Latina, UNILATINA, es de mi completa autoría exceptuando los pasajes donde expresamente se aclare lo contrario. Las ideas expresadas en este trabajo son de responsabilidad exclusiva de los autores y no constituyen compromiso institucional alguno de la Institución Universitaria Latina, UNILATINA.

Firma

Nombre completo: JEYSON DAVID RIVEROS CALDERÓN

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**


---

**Firma de jurado**

---

**Firma de jurado**

**Bogotá, 09 de mayo de 2018**

	FORMATO AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE UNILATINA, DE PUBLICACIONES EN EL REPOSITORIO UNIVERSITARIO		CÓDIGO: DO-FO-087 Versión 01
			Página 4 de 59
Fecha	08 de junio 2018		
<b>DATOS GENERALES DEL ESTUDIANTE</b>			
Nombre(s)	Primer Apellido	Segundo Apellido	
Jeyson David	Riveros	Calderón	
Identificación	Código	Programa	
1.018.485.311	305006117	Administración de Empresas	
<p>El estudiante identificado al inicio de este documento, quien para efectos del presente escrito se denominará el AUTOR, actuando a nombre propio, en uso de sus facultades físicas y mentales, suscribe la siguiente autorización con el fin de permitir el uso, comunicación y la publicación de su trabajo de grado en el repositorio de UNILATINA, en los siguientes términos:</p> <p><b>1. Autorización para Publicación a la Institución</b></p> <p>El AUTOR hace entrega del documento respectivo y sus anexos en formato digital o electrónico, y autoriza en forma gratuita, permanente (por el tiempo de la protección en Colombia), mundial y no exclusiva a la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA - UNILATINA, para que en los términos establecidos en el régimen legal colombiano (especialmente la Ley 23 de 1982, la Ley 44 de 1993 y la Decisión Andina 351 del mismo año) para que utilice por cualquier medio conocido o por conocer, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución que le corresponden como creador de la obra mencionada. La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato virtual, electrónico, digital, óptico, usos en red, Internet, extranet, intranet, etc., y en general en cualquier formato conocido o por conocer.</p> <p>1.1 El AUTOR certifica que la obra objeto de esta autorización es original y que la realizó sin usurpar derechos de autor de terceros y, por lo tanto, es de su exclusiva autoría y tiene la titularidad sobre la misma o en caso de incluir obras de terceros, afirma que cuenta con la autorización legal o expresa necesaria. En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, EL AUTOR asumirá toda la responsabilidad y saldrá en defensa de los derechos aquí autorizados.</p>			

Para todos los efectos en estos casos la universidad actúa como un tercero de buena fe.

1.2 Si la obra objeto de esta autorización se basa en un trabajo patrocinado o apoyado por una agencia u organización, el AUTOR garantiza que ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo, y de ser necesario explicará las restricciones que se deben imponer a la publicación en el repositorio para esos casos.

1.3 La autorización se hace a título gratuito.

1.4 Los derechos morales de autor sobre el Trabajo de Grado corresponden exclusivamente al AUTOR y en tal virtud, La INSTITUCION UNIVERSITARIA LATINA UNILATINA se obliga a reconocerlos expresamente y a respetarlos de manera rigurosa.

## **2. Autorización para los Usuarios del Repositorio**

El AUTOR podrá seleccionar una licencia *Creative Commons* o mantener el esquema tradicional de “todos los derechos reservados” para la publicación del material en el Repositorio. Al elegir una licencia *Creative Commons* se le indica al usuario del repositorio, que desea utilizar su documento bajo qué condiciones de uso y distribución lo puede hacer.

© “Todos los derechos reservados”.

(cc) “Algunos derechos reservados” bajo la licencia:

\_\_\_\_\_ 1. Atribución (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/co/>).

\_\_\_\_\_ 2. Atribución – Sin Derivar (<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.5/co/>).

\_\_\_\_\_ 3. Atribución – Sin Derivar – No Comercial.  
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nd-nc/2.5/co/>).

\_\_\_\_\_ 4. Atribución – No Comercial (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>).

\_\_\_\_\_ 5. Atribución – No Comercial – Compartir Igual.  
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/co/>).

\_\_\_\_\_ 6. Atribución – Compartir Igual (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.5/co/>).

**JEYSON DAVID RIVEROS CALDERÓN**

**Autor**

### **Texto de dedicatoria**

Dedico este trabajo principalmente a mi familia por el acompañamiento que me brindaron durante toda mi carrera, y resalto en especial el apoyo de mi mamá que fue de gran motivación para mí.

### **Texto de agradecimiento**

En primero lugar agradezco a Dios por haberme dado la posibilidad de estudiar en la Unilatina, fue una experiencia muy enriquecedora y trascendental en esta etapa de mi vida.

Adicionalmente agradezco a los docentes de la institución, quienes con su conocimiento y experiencia se esfuerzan cada día para formarnos como excelentes profesionales.



## Contenido

	Pág.
Introducción.....	3
1. Autor.....	14
2. Resumen.....	15
3. Objetivos de la Investigación.....	17
4. Planteamiento del problema y justificación.....	18
5. Marco teórico.....	24
6. Metodología utilizada.....	29
7. Resultados obtenidos.....	35
8. Conclusiones.....	47
9. Recomendaciones.....	49
10. Bibliografía.....	50
11. Anexos.....	53

## Lista de tablas

Pág.

Tabla 1. Variables Psicográficas.....	30
Tabla 2. Ponderación respuestas cuestionario de la necesidad del logro.....	41

## Lista de figuras

Pág.

Figura 1. Modelo GEM en Colombia.....	28
Figura 2. Edad de la población.....	40
Figura 3. Género de la población.....	40
Figura 4. Gráfica de respuestas al cuestionario de características de la necesidad del Logro.....	42

**Lista de anexos**

Pág.

Anexo 1. Cuestionario de las características de la necesidad de logro.....41

## Introducción

Las razones del profundo interés por parte de gobiernos, sectores académicos y empresariales por el emprendimiento tienen por origen el *National Report del Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 1999). Este documento expone el emprendimiento como un fenómeno integrado por tres factores fundamentales: el individuo, las empresas, y el marco institucional, económico y político dentro de la sociedad, los cuales de manera unificada pueden soportar el desarrollo económico de los países.

Todo lo anterior hace que el emprendimiento se haya posicionado al interior de las universidades como uno de los temas más importantes, considerando que la formación en una disciplina no es suficiente para desempeñarse exitosamente en el mundo actual; es necesario además, formar capacidades y ofrecer alternativas de vida para los futuros profesionales.

Por lo tanto, este trabajo pretende enunciar los rasgos en común que presentan los egresados de Administración de Empresas de la Institución Unilatina, cuyo resultado sirve de insumo para identificar las fortalezas y oportunidades de mejora en la formación en emprendimiento.

En la primera parte de este documento, se encuentra la investigación teórica indispensable para la interpretación de la información; seguidamente se halla la aplicación de la herramienta que permite la recolección de información, y, por último, se observa la interpretación de los resultados obtenidos, lo que permite inferir unas conclusiones.

## **1. Autor**

*Jeyson David Riveros Calderón*

Estudié Administración de empresas en la Institución Unilatina, actualmente me encuentro laborando en el sector bancario y estudiando idiomas extranjeros; llevo aproximadamente 3 años de experiencia ejerciendo mi profesión, la cual inicié con las prácticas empresariales en una multinacional a través de la Institución Unilatina, posteriormente y a pesar de mi corta carrera laboral, he logrado desempeñarme en diferentes cargos lo que ha enriquecido mi crecimiento profesional.

## **2. Resumen**

Esta investigación tiene como fin destacar las características emprendedoras más relevantes de los egresados de la carrera tecnológica en Gestión de empresas de la Universidad Unilatina desde el año 2012 al 2017; el estudio se basa en la teoría de la motivación realizada por el psicólogo David McClelland, quien afirma que existen tres necesidades (Logro, Afiliación y Poder), que logran ser el mejor motivador para un emprendedor, y para efectos de este trabajo, nos centraremos en la necesidad del logro.

Los resultados se obtendrán a través de la aplicación de un cuestionario, que incluye un instrumento conocido como CCE (Características del Comportamiento Emprendedor), el cual combinándolo con la información demográfica y sociográfica de los egresados, posibilita ampliar la comprensión y llegar a una conclusión que nos permitirá cumplir con el objetivo del proyecto.

Los resultados obtenidos proporcionarán con claridad a la Universidad, información sobre el perfil y el potencial emprendedor de los estudiantes de Unilatina.

### **Palabras clave:**

Comportamiento y características emprendedoras, Formación para el emprendimiento, Ideas de Negocios, Factores motivacionales, Metas y Riesgos.

### ***Abstract***

This research aims to highlight the most relevant entrepreneurial characteristics of the graduates of the technological career in Business Management of the Unilatina University from 2012 to 2017; the study is based on the theory of motivation carried out by the psychologist David McClelland, who affirms that there are three needs (Achievement, Affiliation and Power), that manage to be the best motivator for an entrepreneur, and for purposes of this work, we will focus in need of achievement.

The results will be obtained through the application of a questionnaire, which includes an instrument known as CCE (Characteristics of Entrepreneurial Behavior), which, combined with the demographic and sociographic information of the graduates, makes it possible to expand the understanding and reach a conclusion that it will allow us to fulfill the objective of the project.

The results obtained will clearly provide the University with information on the profile and entrepreneurial potential of Unilatina students.

### **Key words:**

Behavior and entrepreneurial characteristics, Training for entrepreneurship, Business Ideas, Motivational factors, Goals and Risks.



### **3. Objetivos de la Investigación**

#### ***Objetivo general***

Identificar la característica más relevante en el comportamiento emprendedor en los estudiantes de la tecnología de Gestión de empresas de Unilatina, del 2012 al 2017 desde la necesidad del logro según el modelo de David McClelland.

#### ***Objetivos específicos:***

1. Adaptar, validar y aplicar el instrumento de recolección de información desarrollado por David McClelland, y que permita inferir el comportamiento emprendedor de los tecnólogos de Gestión de Empresas de la Institución Universitaria Latina –Unilatina, (2012-2017) en cuanto a las necesidades de logro de acuerdo al modelo de McClelland.
2. Identificar la caracterización inicial frente a la necesidad del logro de los estudiantes de Gestión de Empresas de la Institución Universitaria Latina Unilatina del 2012 al 2017.
3. Extraer los aspectos relevantes de la personalidad emprendedora a partir de la caracterización de los estudiantes de Gestión de Empresas de Unilatina entre los años 2012 y 2017, teniendo como base el modelo de McClelland desde la necesidad de logro.

#### **4. Planteamiento del problema y justificación**

El Emprendimiento es uno de los temas que más ha tomado relevancia en los últimos tiempos, en especial a partir del inicio del proceso de globalización a partir de la caída del muro de Berlín y, con ello, de la desaparición de la alternativa comunista que lideraba la Unión Soviética y todos los países que se hallaban alineados en este sistema. No obstante ser un concepto tan usual en la cotidianidad de hoy, pocos conocen su verdadera acepción y significado.

El concepto emprendimiento en sí, para el profesor Alfonso Rodríguez Ramírez, de la Universidad del Valle, sostiene se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, Verin muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificio y casas (Verin, 1982).

Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinados en variables de producto y dinero.” (Rodríguez, A. 2012). Es este el espíritu con el cual los fundadores de Unilatina plantearon su misión, de tal manera que se pudiese brindar a los estudiantes los fundamentos necesarios para salir al mundo productivo y presentar propuestas innovadoras y efectivas de empresa para así ajustarse a los cambios que el mundo venía planteando. También los fundadores previeron que la globalización no sólo abarcaba la internacionalización de los capitales y de las mercancías y servicios, sino que ahora más que nunca se hacía imperiosa la necesidad de internacionalizar los conocimientos, en tanto que la

interacción entre los mundos desarrollados y los no desarrollados dieran como resultado ese progreso del cual había hablado ya Comte en su Ley de los Tres Estados. (Rocher, G. 1985). De esta forma, se plantea la visión de Unilatina como llegar a ser una Institución Universitaria Internacionalizada, líder en la formación de profesionales capaces de innovar... []. (Unilatina, 2017)

En cuanto al modelo educativo, se parte de la necesidad de construir un paradigma consistente de formación de profesionales que les permita ante todo desarrollar la recursividad para la productividad, en tanto que el mundo cambiante y globalizante actual hace caducos los conocimientos y, en tal medida, también hace caducas las propuestas que se quieren asentar como las efectivas. La innovación en el campo empresarial actual y el ajuste constante a la dinámica de la tecnología, la dinámica de la interacción social y la dinámica del conocimiento son los que abren los espacios a nuevas propuestas de empresas o al establecimiento de nuevos liderazgos, en donde ya no solo es importante el carisma sino también el uso novedoso de los conocimientos. De esta manera, estamos asistiendo a un modelo de formación que se reinventa constantemente para que así transmitir a sus formando la necesidad de reinventarse para los nuevos tiempos. (Universidad de los Andes, 2010).

Distintos autores e investigadores se han propuesto generar una conclusión sobre el emprendimiento, uno de los cuales es David C. McClelland, conocido por su trabajo de la teoría de necesidad del logro y por el desarrollo de nuevos sistemas de puntuación para el Test de Apercepción Temática y sus descendientes. McClelland se acredita con el desarrollo de la teoría de la motivación de logro comúnmente conocida como “necesidad de logro o de la teoría de n-logro”.

McClelland concluyó la teoría de las necesidades, la cual popularizó y edificó sobre la base del trabajo de Henry Murray; asimismo estableció en 1961 que la motivación de un individuo puede deberse a la búsqueda de satisfacción de tres necesidades dominantes en la motivación humana y en el emprendimiento; de esta manera desarrolló la teoría de las necesidades (o teoría McClelland), en la que explica los sentimientos o necesidades que llevan a las personas a motivarse y a ser exitosas profesionalmente.

Según esta teoría, la motivación de las personas nace en la búsqueda por satisfacer tres necesidades básicas: la de logro, la de poder y la de afiliación. McClelland al respecto sostiene que todos los individuos poseen:

- Necesidad de logro: Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito.
- Necesidad de poder: Se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten en una manera que no lo harían, es decir se refiere al deseo de tener impacto, de influir y controlar a los demás.
- Necesidad de afiliación: Se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización.

Los individuos se encuentran motivados, de acuerdo con la intensidad de su deseo de desempeñarse, en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas.

En la investigación acerca de la necesidad de logro, McClelland encontró que los grandes realizadores se diferencian de otros por su deseo de realizar mejor las cosas. Buscan situaciones en las que tengan la responsabilidad personal de brindar soluciones a los problemas, situaciones

en las que pueden recibir una retroalimentación rápida acerca de su desempeño, a fin de saber si están mejorando o no y, por último, situaciones en las que puedan entablar metas desafiantes.

Por otra parte, los individuos que poseen una alta necesidad de poder disfrutan el encontrarse a cargo de los demás, se esfuerzan por influenciarlos, además de que ansían ser colocados en situaciones competitivas y dirigidas al estatus, y tienden a interesarse más por el prestigio y la consecución de influencia sobre los demás que en el desempeño eficaz.

La tercera necesidad es la de afiliación, que no ha recibido mucha atención por parte de los investigadores, pero que a la larga crea un ambiente grato de trabajo, que influye y están claramente relacionadas con las otras necesidades. Se basa en mantener buenas relaciones con los demás miembros de la organización: podrá producir que un gerente, más que poder de jerarquía sobre sus subordinados, se gane el poder bajo la forma de autoridad, que a la larga le ayudará a conseguir eficientemente las metas trazadas por la organización y las personales en consecuencia. En esta situación se observa claramente una relación entre las necesidades de afiliación, logro y poder.

Por otro lado existe un modelo de monitoreo global de emprendimiento llamado GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), que reconoce dos grandes categorías de estudio relacionadas con la motivación original para la creación de empresa. Por un lado, se entiende como emprendedor por necesidad aquella persona que, al tomar la decisión de realizar la actividad emprendedora, no dispone de otras alternativas para generar ingresos. Por otro lado, se entiende como emprendedor por oportunidad, aquella persona que al tomar la decisión de acometer la actividad emprendedora aprovecha una oportunidad. GEM identifica que en Colombia la tasa por oportunidad de emprender es de 14,9% y la tasa por necesidad es de 7,5%. (GEM, 2017).

En el campo educativo, la Institución Universitaria Latina Unilatina inició actividades en la educación superior como Corporación Tecnológica de Ciencias Empresariales, y con el carácter de Institución Tecnológica desde 1983.

Basto un periodo de 25 años para consolidarse en el nivel tecnológico, lo cual le ha permitido desarrollar con excelente calidad académica, los siguientes programas: Tecnología en Administración de Empresas, Marketing (antes mercadotecnia), Finanzas y Relaciones Internacionales (antes Comercio Internacional) y Publicidad, creados desde su fundación; y más tarde Dirección y Producción de Radio y Televisión. La transformación en Institución Universitaria permitiría a Unilatina continuar impartiendo los programas tecnológicos con la opción de que quien desee continuar estudios pueda obtener el título profesional.

En 1985 nació la primera Feria Empresarial que buscaba cumplir con la misión y visión de la universidad en la formación de empresarios con alta calidad humana y capacidad de innovar y crear, inspirados en un modelo que desarrollo su fundado que se conoce como modelo holístico “Ser Total”. (Unilatina, 2017).

La educación holística tiene como objeto el desarrollo de la totalidad de la persona; partiendo del principio de que somos soma, intelecto, energía, emociones, moralidad, espiritualidad. El modelo “Ser Total” propone facilitar, desde un enfoque holístico, la formación de un profesional óptimo para el mundo globalizado, con una alta información científica sobre su profesión, una óptica inter y transdisciplinaria, en el marco de la formación de una conciencia social y de profundos valores éticos y morales. Así mismo busca desarrollar en las personas aptitudes psíquicas superiores que permita la capacidad crítica y el pensamiento científico creativo. (Unilatina, 2017).

La Institución Universitaria Latina Unilatina, capacita al tecnólogo en gestión de empresas para desempeñarse como gestor de su propia empresa así como para trabajar en cargos asistenciales en las áreas de dirección de talento humano, y en los procesos comerciales, financieros, administrativos y de producción de las organizaciones. Lo anterior le permite desempeñándose como:

- Gestor su propia empresa cumpliendo con los requerimientos comerciales, administrativos, legales, técnicos y financieros.
- Supervisor de procesos de Talento Humano de las organizaciones.
- Asistente en las áreas de: mercadeo, servicios, producción y finanzas de organizaciones.

Ahora bien, teniendo en cuenta que Unilatina fue una de las universidades pioneras en formación para el emprendimiento y que tanto el modelo GEM como la teoría de necesidad de logro desarrollada por D. McClelland ofrecen herramientas para caracterizar emprendimientos, se propone la realización de una investigación que parte de la siguiente pregunta: ¿Cuál es la característica más relevante en el comportamiento emprendedor en los estudiantes de la tecnología de Gestión de empresas de Unilatina, del 2012 al 2017 desde la necesidad del logro según el modelo de McClelland?

## 5. Marco teórico

El emprendimiento ha sido una de las palabras más significativas en el siglo XXI, debido a las consecuencias de los mercados volátiles, los cambios laborales, la libertad financiera y la oportunidad de crecer profesionalmente, generando un fenómeno de creación de empresas.

El concepto “emprender” comenzó a construirse en lo que se constituyó en la ciencia económica, lo cual influyó en su desarrollo, permitiendo el concepto de emprendimiento de los inversionistas y empresarios (Pereira, 2007).

El Francés Richard Cantillon define al Emprendedor como un “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Determina que el emprendedor es una persona que asume riesgos y todo lo mide por probabilidades, ya que no tiene la seguridad si las cosas salen bien o no, soportando los cambios del mercado (Thornton, 1998).

Burnett (2000) manifiesta que el economista francés Say hizo un aporte a la definición de Cantillon. Afirmó que el emprendedor es un individuo líder, tomador de riesgos, evaluador, analítico y que proporciona un recurso bajo para convertirlo en un recurso valioso. De igual forma Say habla que el éxito de un emprendedor no solo es importante para un individuo, sino también para toda la sociedad.

Por otra parte, Peter Drucker (1985), uno de los autores más importantes en el tema, define al emprendedor como aquel empresario innovador. Drucker determina que no es emprendedor ni innovador cualquiera que abra un negocio pequeño y tome riesgos. Por el contrario da como ejemplo a la empresa McDonald Hamburguer, ya que no fueron los primeros en crear el producto, pero si fueron hábiles para innovar en el aumento del rendimiento y en la forma de comercialización de ese producto.



Así mismo Drucker afirma que el ser un emprendedor no es una forma de los rasgos del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Determina que el fundamento del emprendimiento es netamente teórico y no intuitivo. No es por personalidad, si no más por un carácter del individuo.

Con el auge del tema del emprendimiento se han realizado investigaciones orientadas a establecer qué motiva a las personas a crear y administrar su propia empresa. En un principio se dio por sentada la supremacía de la motivación económica, considerando que los emprendedores buscaban ante todo la forma de maximizar sus ganancias (Renko, Kroeck & Bullough, 2012).

El psicólogo David McClelland (1961) fue uno de los primeros en plantear el tema de la motivación de los emprendedores desde otros ámbitos. Según él, la necesidad de logro es lo que realmente motiva a un individuo a convertirse en emprendedor; su hipótesis es que este factor es, en parte, responsable del crecimiento económico. A su vez, el desarrollo de este atributo está influenciado en la persona por la crianza y por aspectos sociales y culturales del entorno. Su aporte consistió, además de descubrir que este rasgo de la personalidad es indispensable para ser un emprendedor de éxito, en demostrar que este no es obligatoriamente innato, sino que se puede desarrollar (McClelland, 1965).

Diversos autores han identificado que las personas con alta necesidad de logro quieren hacer bien las cosas y obtener resultados mejores que otros, incluyendo a los que tienen más autoridad; disfrutan asumiendo responsabilidades personales y recibiendo retroalimentación por sus acciones. De igual forma, muchos estudios empíricos han resaltado la importancia de la necesidad de logro como característica de los emprendedores y su relación con el éxito de las empresas creadas por estos (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2011).

McClelland plantea que la motivación está condicionada por las necesidades de las personas, constituyéndose como el punto de partida de los patrones de comportamiento de los individuos (Gibson, J; Ivancevich, J; Donnelly, J. 1984). Una necesidad no satisfecha crea una tensión al interior del individuo que origina estímulos dentro del mismo, dando como resultado la generación de un comportamiento de búsqueda de metas específicas, que de lograrlo satisfarán la necesidad llevando a la reducción de la tensión (Robbins, 1999). Si observamos este análisis desde la perspectiva del emprendedor notaremos que las características propias del individuo se complementan directamente con la orientación del emprendedor, de hecho este desarrolla una fuerza interna, la cual, a pesar de las adversidades se mantiene constante para el logro de sus objetivos. Esta fuerza entonces podremos definirla como “Necesidad”, la cual se tipifica en una connotación que abordaremos posteriormente. Partiendo de lo anteriormente mencionado, McClelland (1961) realizó uno de los estudios más importantes de la historia asociados a la teoría motivacional (Robbins, 1999) el cual dio como resultado la construcción de su teoría de las necesidades aprendidas de la motivación que se relaciona estrechamente con los conceptos del aprendizaje y piensa que muchas necesidades se adquieren de la cultura de la sociedad. Estas son las necesidades de Logro, poder, y afiliación.

Flor Ángela Marulanda Valencia, Iván Alonso Montoya Restrepo, Juan Manuel Vélez Restrepo Después de los planteamientos de McClelland, investigadores de diversas disciplinas se han interesado en conocer qué ha motivado a las personas a crear sus empresas. Además de la necesidad de logro, se establecieron, en forma consensuada, los siguientes factores: deseo de independencia, mayor propensión al riesgo, alta necesidad de logro y de competencia y mayor preferencia por la innovación (Barba-Sánchez, 2007).

El profesor de la universidad de Harvard Howard Stevenson realizó en la década de los 80 un análisis acerca de la mentalidad emprendedora, y concluyó que se basaba más en las oportunidades que en los recursos (Castillo, 1999).

Stevenson expresa al igual que Drucker que al crear una empresa no es lo suficiente para afirmar que es un emprendedor. Determina que un emprendedor aparte de crear empresa debe generar continuamente la oportunidad de crear nueva riqueza. Aclara que innovar no implica solo crear un producto nuevo, también se puede innovar en una nueva organización o en una forma de producción.

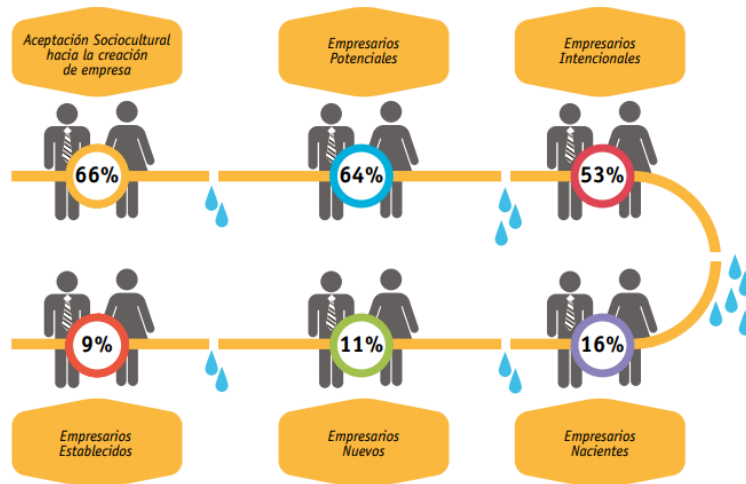
Sobre el perfil como innovador dice Schumpeter (1975, p. 132) "Hemos visto que la función del emprendedor es reformar o revolucionar los modos de producción para explotar una invención, o más generalmente una posibilidad tecnológica no probada para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo o reorganizar una industria."

Fue Alfred Marshall, en 1880, el primero en reconocer la importancia del emprendimiento como concepto decisivo en el proceso de generación de la riqueza y la producción, cuando afirmó que éste está detrás de la organización (Formichella, 2004).

Para Burnett (2000) el espíritu empresarial es un ingrediente necesario en el proceso de desarrollo económico, que sirve como base para la transformación del mercado y proporciona nuevas oportunidades para el crecimiento económico, el empleo y el aumento de la renta per cápita. Partimos que el emprendimiento se conciba como una estrategia de crecimiento y desarrollo económico, donde se promueve la creación de empresas, especialmente Pymes, ya que se considera que desempeñan un papel importante en la generación de empleo y el desarrollo socioeconómico local. (Cardona, 2008).

Soumitra Dutta, profesor de la universidad Cornell explicó: “Latinoamérica es una región que se ha centrado en aprovechar la buena marcha económica y está tomando decisiones políticas adecuadas en materia de innovación”; pero, según el informe realizado por el Banco Mundial determina “El emprendimiento en América Latina, muchas empresas y poca innovación” el cual determina que el nivel de emprendimiento e innovación es muy bajo, según ellos el crecimiento empresarial latinoamericano es mucho más lento al igual que el desarrollo económico. (Banco Mundial, 2013).

Para analizar el contexto colombiano, se toma como referencia a GEM Colombia. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) inició en 1999 a partir de un conjunto entre London Business School y Babson College. El GEM presenta un análisis detallado sobre los tipos de emprendimiento que se generan en nuestro país, y se establece la tasa de actividad emprendedora en relación con el desarrollo económico del país. (GEM, 2017).



**Figura 1.** Modelo GEM en Colombia.

## **6. Metodología utilizada**

La investigación adopta métodos prácticos y analíticos para la consulta, a través de un cuestionario estándar de autoevaluación realizado a estudiantes de Gestión de empresas egresados de la universidad Unilatina. Ante este requerimiento se determinó que la herramienta más pertinente, por su validez científica y congruencia con la información requerida es 'preparándose para emprender.

Validación del instrumento. El nivel de consistencia interna de la prueba fue evaluado obteniendo como resultado un Alfa de Cronbach de 8.05. Resultado suficiente para determinar que la prueba es consistente y que se puede proceder con confianza a la aplicación de la misma. (Ledesma, Molina & Valero, 2002).

Definición operacional de las variables. Con respecto al escenario de las variables podemos dividir las en dos categorías principales: a) Las variables derivadas de las Características del emprendedor las cuales se denominan como variables psicográficas y b) Las variables adicionales las cuales se incluyen para profundizar en los resultados, las cuales llamaremos variables demográficas. Cabe anotar que para la exposición de las mismas en este documento se procede a presentarlas en el mismo orden en el que fueron desarrollados los cuestionarios con el fin de establecer un criterio de orden aceptable para el levantamiento de la información.

Variabes demográficas. En la investigación están directamente relacionadas con las características del comportamiento emprendedor, ya que al evaluar sexo, edad, género, etcétera se puede llegar a obtener resultados aún más segmentados de cada uno de los estudiantes dentro de la muestra de acuerdo a la clasificación establecida por McClelland. Los resultados de la investigación a obtener, arrojarán datos más exactos de acuerdo a la clasificación de las

características del comportamiento y a la clasificación de los estudiantes dentro de las variables ya mencionadas.

VARIABLES PSICOGRAFICAS. Estas variables de comportamiento permiten la clasificación del emprendedor desde su necesidad más fuerte. Estas se clasifican a partir de las reflexiones de McClelland.

Tabla 1. Variables Psicográficas.

Tabla 1 Variables Psicográficas		
Tipo de necesidad	Variable	Explicación
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.
	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.
	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.

McClelland sostiene que un emprendedor posee una alta motivación al logro, que lo impulsa a mejorar, afrontar obstáculos y calcular. Al estar orientada al logro, esta persona siente necesidad de enfocarse en sí misma y busca optimizar su propio desempeño. 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).

<b>Diseño de la investigación</b>	<p>La investigación es de tipo exploratorio.</p> <p>Los resultados se expresan de manera descriptiva y analítica en contraste con la posición teórica del autor.</p>
<b>Población y muestra</b>	<p>Se realiza un muestreo, en el cual se toma el total de la población de egresados de la carrera Gestión de Empresas de la Universidad Unilatina, y bajo el criterio de selección aleatoria se escoge una muestra del 60% con el fin de poder tener un mayor índice de certeza en los resultados.</p>
<b>Instrumento</b>	<p>El instrumento utilizado en esta investigación es un cuestionario que consta de dos secciones fundamentales. En la primera se definen los perfiles generales del entrevistado (características sociográficas y demográficas) a través de preguntas básicas donde el entrevistado responde de manera abierta. La segunda sección, se basa en el modelo de análisis de emprendimiento de David McClelland; esta parte del instrumento realiza un cuestionario de 15 preguntas donde se indaga en los entrevistados acerca de que tan identificados se sienten con algunas situaciones particulares. Estos responden en un rango de entre 1 y 5 según sea su apreciación del criterio, de acuerdo la escala que presentamos a continuación.</p> <p>1 = Nunca es cierto  2 = Raras veces es cierto  3 = Algunas veces es cierto  4 = Usualmente es cierto  5 = Siempre es cierto</p> <p>El diseño metodológico de la prueba consta de preguntas de control, demográficas y márgenes de niveles de logro que le permiten agregar un mayor grado de objetividad a la hora de la obtención de los resultados finales.</p>
<b>Procedimiento</b>	<p>El proyecto de investigación se desarrolla en 4 fases fundamentales</p> <p><i>Pilotaje del instrumento:</i> Durante esta fase se toma una muestra aleatoria de 20</p>

estudiantes de la carrera de Gestión de Empresas, a los cuales se les aplica el cuestionario. Una vez recolectada la información se determina la claridad en el planteamiento de las preguntas, así como también el cálculo del alfa de Cronbach con el fin de determinar el nivel de confiabilidad y validez del instrumento.

***Levantamiento de la información inicial:*** El dato base para el cálculo de la población a analizar, corresponde al número total de egresados de Unilatina, de la carrera de Gestión de Empresas durante el periodo 2012 a 2017.

Con esta información se procede a identificar el tamaño de la muestra aplicando un margen de error esperado del 5% y el nivel de confianza esperado, del 95%.

***Aplicación del instrumento:***

1. Se determina la muestra de la población en función del margen de error y confiabilidad esperados.
2. Se solicita al coordinador de la facultad administrativa el acceso a la base de datos de los estudiantes graduados de la carrera Gestión de Empresas durante los años 2012 al 2017. Posteriormente y mediante una formula se realiza una selección aleatoria en la base de datos con el fin de cubrir el total de la muestra necesaria para la aplicación del cuestionario.
3. Se hace un envío masivo al total de la muestra vía correo electrónico para la aplicación del instrumento. Los resultados son archivados en la herramienta electrónica especializada.

***Tabulación y análisis de los resultados de investigación:*** Se procede a descargar la información obtenida en la herramienta electrónica de encuestas Posteriormente



	<p>los resultados son expresados en un análisis grafico clasificado por las características de la teoría del comportamiento emprendedor.</p>
<b>Técnicas para el análisis de resultados</b>	<p>El análisis de resultados se basa en el uso de herramientas de la estadística descriptiva y relación de variables. Para los primeros fines se utilizará la herramienta Excel la cual permite y facilite el logro de los resultados esperados.</p>
<b>Definición operacional de las variables</b>	<p>En cuanto a las variables las dividiremos en dos categorías:</p> <p>a) Las variables demográficas, son aquellas adicionales las cuales se incluyen para profundizar en los resultados.</p> <p>b) Las variables psicográficas, derivadas de las características del emprendedor.</p> <p><b>Variables Demográficas</b></p> <p>Están directamente relacionadas con las características del comportamiento del encuestado, ya que al evaluar sexo, edad, género, etcétera se puede llegar a obtener resultados más segmentados de cada uno de los egresados dentro de la muestra de acuerdo con la clasificación establecida por McClelland.</p> <p><b>Variables Psicográficas</b></p> <p>Estas variables clasifican el comportamiento emprendedor con base en la necesidad del logro, como se mencionó en el marco teórico, necesidad que se desprende de las afirmaciones de McClelland en su teoría de motivación, la cual será la base de esta investigación. en este escenario cada una de ellas se refiere a la explicación que daremos a continuación:</p> <p>1. Búsqueda de oportunidades e iniciativa: Las circunstancias no suelen ser un motivador para los emprendedores, por el contrario, un emprendedor actúa por iniciativa adelantándose a los hechos, aprovechando oportunidades y tomando</p>

delantera comprometido con su organización.

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

3. Exigir eficiencia y calidad: La necesidad por realizar las cosas mejor y más rápido, garantiza el cumplimiento de las normas de forma excelente, teniendo en cuenta procesos y requisitos para así satisfacer o exceder los patrones de excelencia estipulados.

4. Persistencia: 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.

5. Cumplimiento: Hacer sacrificios personales o generar un esfuerzo extraordinario para completar una tarea. Cooperar con los colaboradores o desarrollar empatía si es necesario para poder terminar un trabajo. Se trata de quienes colocan de primero una buena voluntad a largo plazo, por encima del lucro a corto plazo.

## **7. Resultados obtenidos**

Para obtener la muestra que se evaluara por medio de la encuesta se utilizara un programa, el cual con una calculadora avanzada genera el número de personas a entrevistar según el número

de estudiantes graduados del año 2012 al 2017 de Gestión de Empresas de La Institución Universitaria Latina Unilatina.



## Calculadora del tamaño de muestra

¿Cuántas personas deben responder tu encuesta? Aunque seas un estadista, determinar el tamaño de la muestra puede resultar difícil. Para simplificarlo, prueba nuestra calculadora del tamaño de muestra. Te damos todo lo que necesitas para poder calcular la cantidad de respuestas necesarias para confiar en tus resultados.

Calcula el tamaño de tu muestra:

?	Tamaño de la población:	<input type="text" value="145"/>
?	Nivel de confianza (%):	<input type="text" value="95"/>
?	Margen de error (%):	<input type="text" value="7"/>

---

**CALCULAR**

Tamaño de la muestra: **84**

Como resultado el programa nos arroja un resultado de (84) como muestra central con una población total de 145 graduados, un nivel de confianza del 95% y margen de error del 7%.

Se realiza principalmente la validación de la encuesta que se aplicara como instrumento de recolección de información por medio del Coeficiente de Alfa de Cronbach.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

- K**: El número de ítems
- $\sum S_i^2$** : Sumatoria de Varianzas de los Ítems
- $S_T^2$** : Varianza de la suma de los Ítems
- $\alpha$** : Coeficiente de Alfa de Cronbach

El coeficiente de Cronbach da como escala que en cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación.

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa  $>.9$  es excelente.
- Coeficiente alfa  $>.8$  es bueno.
- Coeficiente alfa  $>.7$  es aceptable.
- Coeficiente alfa  $>.6$  es cuestionable.
- Coeficiente alfa  $>.5$  es pobre.
- Coeficiente alfa  $<.5$  es inaceptable.

Para todo psicólogo, tanto investigador como profesional, resulta de vital importancia contar con instrumentos válidos y confiables. Por esta razón, cuando un investigador desarrolla una prueba psicológica lleva a cabo una evaluación rigurosa de las propiedades psicométricas de dicho instrumento.

La validación del instrumento que se aplicara por medio del Coeficiente de Alfa de Cronbach, nos arroja como resultado el 0.805 brindándonos una confiabilidad buena para su aplicación.

#### COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

<b>K:</b>	15
<b><math>\Sigma Si^2</math> :</b>	11,78
<b><math>S_i^2</math> :</b>	47,46

<b>Sección 1</b>	1,071
<b>Sección 2</b>	0,752
<b>Absoluto s2</b>	0,752

<b><math>\alpha</math> :</b>	<b>0,805</b>
------------------------------	--------------

### Prueba piloto

Se realiza una prueba piloto a 15 estudiantes de la facultad administrativa de la Institución Universitaria Latina Unilatina, con la encuesta que se aplicara, para validar la viabilidad de las preguntas y la interpretación que se da a las mismas.



**Imagen 1.** Prueba piloto de encuesta. Autor propio.  
**Análisis de datos demográficos**



**Imagen 2.** Prueba piloto de encuesta. Autor propio.

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.

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.

- **Premisas de observación 1:** como lo menciona McClelland (1961), todos los individuos tenemos desarrolladas al menos en algún grado los factores de motivación. Esta afirmación concuerda con los resultados de la investigación, puesto que a pesar de que algunas de las variables obtuvieron calificaciones bajas ninguna dio como resultado cero.

- **Premisas de observación 2:** McClelland se aproxima a la construcción de unas posibles categorías de perfil al indicar 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). Esta categorización indica a la luz de esta investigación un comportamiento emprendedor “IDEAL” significa estudiantes con una inclinada necesidad de logro.

- **Premisas de observación 3:** como se mencionó previamente, las variables asociadas a necesidades de logro son: búsqueda de oportunidades e iniciativa; persistencia; cumplimiento;

exigir eficiencia y calidad y correr riesgos, para lo cual se realizará un análisis con mayor detenimiento en cada una de ellas.

En este estudio se encontró que el promedio de edades de los estudiantes de gestión de empresas de Unilatina graduados del año 2012 al 2017 es de 28 años, siendo los más representativos 28 años con el 12.6%, 29 años con el 11.5% y 26 años con el 11.5%, todas las demás edades están por debajo del 10% en el total analizado (véase en la figura 1).

El segundo factor por analizar es el género. Se logró identificar que el 69% de la población son mujeres mientras que el 31% corresponde a hombres. De esto se puede concluir varias cosas, la primera y más visible es que la mayoría de la población es mujer luego esto podría mostrar una inclinación de los resultados hacia ciertas capacidades que son marcadas en las mujeres que en los hombres como lo son planeación sistemática y fijación de metas. (Véase en la figura 2)

**Interpretación de la clasificación por rango de edad:** este es tal vez uno de los resultados más interesantes de toda la investigación que de hecho deja planteados muchos interrogantes. Como se observa, a medida que los estudiantes van aumentando en sus edades las características se atenúan mucho más. Esto quiere decir, al menos en este caso que existe una relación directamente proporcional entre la edad de los estudiantes, su desarrollo académico y por supuesto su perfil emprendedor. Una de las hipótesis que formulamos tiene que ver con la estructura, parecería que a medida que el estudiante construye hacia su interior una mayor estructura, gana una capacidad para valorar de una manera diferente las situaciones, de allí que se atenúen las características. Otra hipótesis tiene se refiere de nuevo a la variable que siempre ha mantenido la menor calificación, es decir, correr riesgos. A medida que los estudiantes crecen

menor es su disponibilidad para asumir riesgos, una posible hipótesis podría ser que los estudiantes aumentan su comprensión acerca de las posibles consecuencias de esos riesgos que por supuesto afectaría el proyecto de vida que ya han venido consolidando.

## Edad

87 respuestas

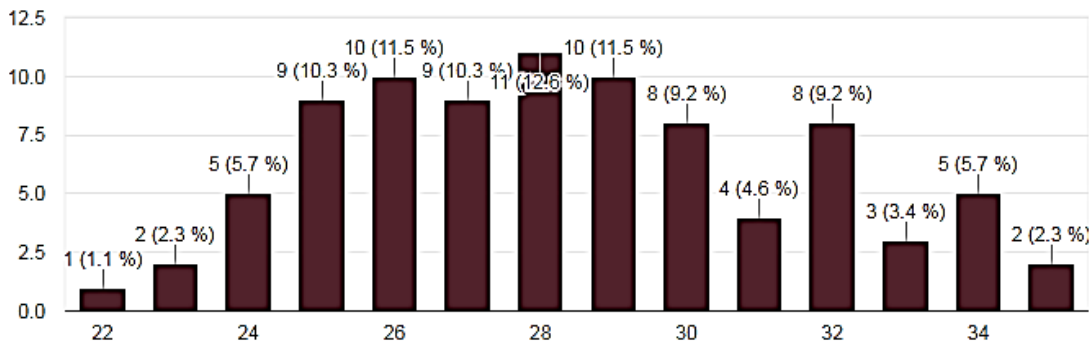


Figura 2. Edad de la población

## Género

87 respuestas

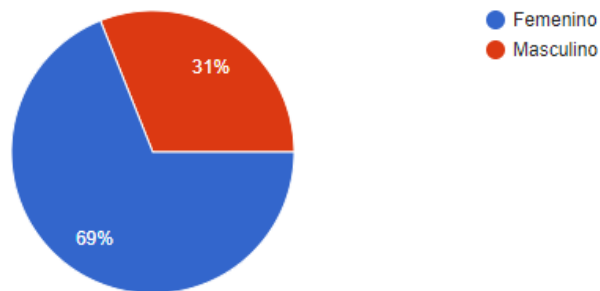


Figura 3. Género de la población.

Interpretación de la clasificación general de los estudiantes de la tecnología de Gestión de empresas: aproximándonos a la pregunta principal de este estudio acerca de si los estudiantes de Gestión de Empresas poseen un comportamiento emprendedor o no, tomamos como base los resultados finales de la investigación y las hipótesis estructurales de McClelland para concluir que: no podríamos presentar una posición absoluta en concordancia con los parámetros del tipo ideal de comportamiento emprendedor de McClelland. No obstante, tres de las cinco



características están por encima de la media, y la característica de búsqueda de oportunidades varía por pocas décimas de la misma. Esto nos lleva a concluir al menos una marcada propensión de la población de estudiantes seleccionada por un comportamiento emprendedor, así como también unos retos importantes para desarrollar por parte de la universidad y la facultad de emprendimiento estrategias adecuadas que permitan fortalecer principalmente las características de oportunidades y cumplimiento las cuales poseen las menores calificación del total del estudio, pues particularmente en países como el nuestro, donde los nuevos negocios pocas veces son resultado de procesos formales de identificación de oportunidades y por el contrario emergen de la necesidad generalizada de empleo relacionada al contexto son de suma importancia estas características para el éxito.(Véase en la tabla # 2)

**Tabla 2.** Ponderación respuestas cuestionario de la necesidad del logro.

TABLA # 2									
NECESIDADES DE LOGRO									
Oportunidades		Correr Riesgos		Eficiencia y Calidad		Persistencia		Cumplimiento	
<b>1</b>	315	<b>4</b>	349	<b>7</b>	347	<b>10</b>	350	<b>13</b>	339
<b>2</b>	357	<b>5</b>	361	<b>8</b>	348	<b>11</b>	351	<b>14</b>	347
<b>3</b>	349	<b>6</b>	351	<b>9</b>	359	<b>12</b>	363	<b>15</b>	322
<b>TOTAL</b>	1021	<b>TOTAL</b>	1061	<b>TOTAL</b>	1054	<b>TOTAL</b>	1064	<b>TOTAL</b>	1008

La dispersión de Características del Comportamiento Emprendedor en la población estudiantil de los egresados de Gestión de empresas de la universidad e Unilatina del año 2012 hasta el año 2017 es muy similar en todos los estudiantes ya que muestran como característica especial la persistencia, lo que quiere decir que el perfil emprendedor es suficiente con respecto al perfil que

plantea McClelland porque esta característica corresponde a una necesidad de logro que es característico de un gerente o persona que busque poder.(Véase en la figura 3)

El perfil del emprendedor de la Universidad Unilatina está relacionado con el deseo de establecer metas, sobrepasando los obstáculos que sobresalgan en el camino, característica de un gerente, es decir, son individuos con alta necesidad de logro, que se esfuerza por lograr las metas que fijan.

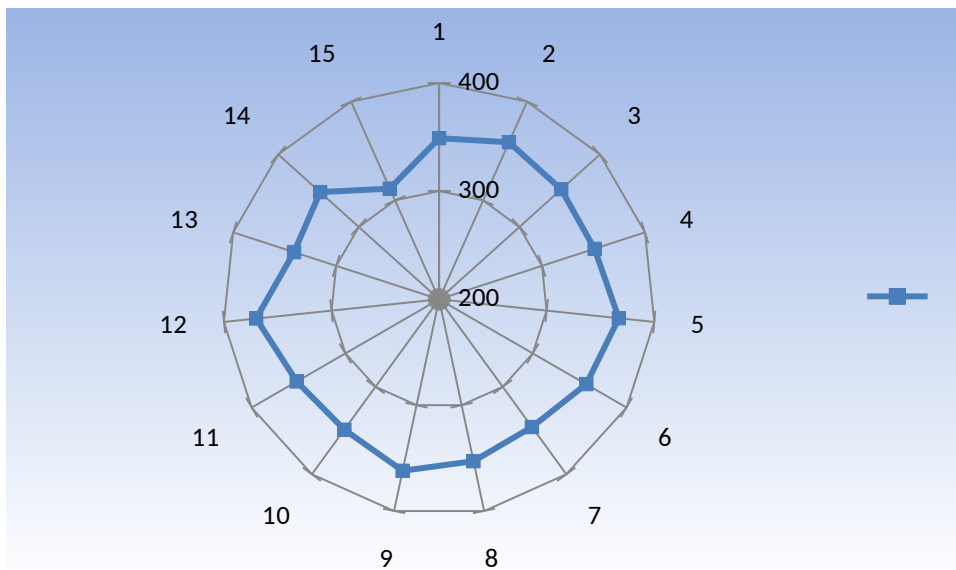


Figura 4. Gráfica de respuestas al cuestionario de características de la necesidad del logro.

### Tabulación de las encuestas aplicadas

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
1	Nombres y Apellido	Educ	Género	1) En su	2) Enci	3) Col	4) Com	5) Cont	6) Como	7) Se as	8) Toma	9) Desarr	10) Toma	11) Camt	12) Se rel	13) Recul	14) Colac	15) Se l	total
2	Lady Valencia	26	Femenino	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	60
3	Yuray Bocanegra	29	Femenino	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	50
4	Johanna Ramos	28	Femenino	4	3	5	4	5	2	5	4	5	5	3	4	4	5	3	61
5	Najha Palacios	28	Femenino	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	71
6	Leydi Parrado	30	Femenino	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	66
7	Angélica Silva	30	Femenino	3	5	4	4	3	3	4	3	4	5	3	3	4	5	4	57
8	Paola días	29	Femenino	2	4	4	3	3	3	4	4	2	2	4	2	3	4	3	47
9	Fabian Quicazaque	32	Masculino	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	3	4	4	5	2	59
10	Patricia Suarez	35	Femenino	5	3	5	5	4	5	3	5	5	3	5	3	3	5	5	64
11	Jesica zapata	27	Femenino	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	65
12	Melissa Gonzalez	27	Femenino	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	66
13	Antonio Arenas	27	Masculino	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
14	Irene Castro	34	Femenino	4	5	3	3	3	4	3	4	3	5	5	5	4	3	4	58
15	César Cruz	29	Masculino	3	3	4	3	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	56
16	Martha Diaz	33	Femenino	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	5	3	67
17	Carolina Maldonado	29	Femenino	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	5	4	60
18	Angélica Jaramillo	29	Femenino	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	66
19	Omar Mojica	30	Masculino	3	4	3	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	5	2	59
20	Diana Rangel	28	Femenino	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
21	Leydi Salamanca	30	Femenino	3	4	3	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5	4	61
22	Marisol Rubiano	29	Femenino	4	4	5	5	4	3	5	4	5	3	5	4	5	5	3	64
23	Sandra Salinas	22	Femenino	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	3	3	4	5	63
24	Eliana Ramirez	22	Femenino	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	3	5	4	5	3	64
25	Danny Sandoval	29	Masculino	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	64
26	Jhon Cortes	31	Masculino	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	67
27	Katherine Chilva	26	Femenino	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	64
28	Janneth Flores	28	Femenino	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	64

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
28	Janneth Flores	28	Femenino	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	3	63
29	Luis Miguel Cortes	28	Masculino	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	68
30	Luis Carlos Ramirez	27	Masculino	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	3	3	64
31	Greider Navarez	32	Femenino	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	64
32	Camila Rivera	27	Femenino	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
33	Edwin Redondo	26	Masculino	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	2	58
34	Elsa Rodriguez	30	Femenino	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	3	65
35	Monica Sotelo	25	Femenino	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3	56
36	Jonny Villareal Villare	27	Masculino	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	67
37	Jaisson Valbuena	25	Masculino	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	65
38	Dieter Feyrey/Quinter	30	Masculino	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	65
39	Patricia Zuluaga	26	Femenino	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	62
40	Patricia Infante	32	Femenino	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	73
41	Martha Arevalo	28	Femenino	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	67
42	Martha Liliana Lopez	25	Femenino	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	63
43	Carlos Feliciano	29	Masculino	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	3	4	64
44	Viviana Quiñan	32	Femenino	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
45	Jhon Blanco	28	Masculino	5	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	3	4	2	60
46	Lilya Cardenas	31	Femenino	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	66
47	Ledy Cabezas	30	Femenino	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	57
48	Jennifer Illicita	24	Femenino	3	5	4	5	5	3	4	5	3	4	4	5	5	4	3	62
49	Claudia Sanchez	25	Femenino	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	4	3	4	3	56
50	Ana Riaño	25	Femenino	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	67
51	Karen suarez	26	Femenino	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	54
52	Edna Marisol Agudelo	27	Femenino	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	51
53	Elsa Higuera	26	Femenino	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	67
54	Carolina Cabrera	24	Femenino	3	4	3	5	4	3	4	3	2	4	4	4	2	4	1	48
55	Ancelca Carrinos	30	Femenino	5	4	4	4	5	3	3	3	2	4	5	5	5	5	5	55





	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
79	María Solano	36	Femenino	4	3	5	4	5	3	3	4	5	3	5	3	3	4	5	59
80	Fredy Melagon	27	Masculino	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3	5	62
81	José Gomez	25	Masculino	4	5	3	3	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	3	62
82	Sandra Milena Muñoz	28	Femenino	4	3	3	3	3	4	3	4	5	5	4	5	3	4	4	57
83	Angie Mongui	24	Femenino	4	3	5	4	3	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4	59
84	Fabian Suarez	23	Femenino	4	5	4	5	5	5	1	1	1	1	1	5	4	1	1	44
85	Juan Acosta	24	Masculino	4	5	3	4	5	4	3	4	5	3	3	5	4	4	3	59
86	Leonardo Aranda	23	Masculino	3	4	5	3	4	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	62
87	Nancy Rico	32	Femenino	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	63
88	María José Castañeda	27	Femenino	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	64
89	<b>TOTAL</b>			<b>315</b>	<b>357</b>	<b>349</b>	<b>349</b>	<b>361</b>	<b>351</b>	<b>347</b>	<b>348</b>	<b>359</b>	<b>350</b>	<b>351</b>	<b>363</b>	<b>339</b>	<b>347</b>	<b>322</b>	

## 8. Conclusiones

Construir una caracterización del comportamiento emprendedor de los estudiantes Gestión de empresas de la Universidad Unilatina 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. Variables enmarcadas dentro del modelo desarrollado por David McClelland de factores motivacionales.

Una vez desarrollado este proceso se tomó una muestra representativa y sistemática de la tecnología que al menos en teoría debería de llevar la bandera en términos de estudiantes con un perfil emprendedor, es decir, la Facultad de Tecnología de Gestión de empresas. Se calcularon y aplicaron proporcionalmente 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. consolidación las cuales permitieron realizar sub clasificaciones de los resultados y así encontrar información con más detalle de los mismos.

El estudio expone en sus resultados un perfil de emprendedor de los estudiantes bastante interesante, en principio expone como para el total de los estudiantes tres de las cinco características fundamentales asociadas al emprendimiento tienen un alto nivel de desarrollo lo cual indicaría cierta propensión por un perfil emprendedor. No obstante las otras dos y puntualmente la asociada a cumplimiento en cada una de las clasificaciones registró el valor más bajo de todo el estudio, esto significa que el perfil emprendedor de los estudiantes se ve fuertemente afectado por la dificultad para el cumplimiento, característica esencial en el proceso de consolidación de empresas.

Este estudio deja las puertas abiertas para el desarrollo de nuevas actividades investigativas que profundicen en la solución de las hipótesis planteadas previamente a través del texto, esto con el fin de consolidar la estructura estratégica y de desarrollo del centro de emprendimiento de la Universidad Unilatina.



## 9. Recomendaciones

La formación de emprendedores en la Universidad Unilatina tiene dos espacios primordiales: el primero dentro del currículo del programa de Gestión de empresas y el segundo en la formulación de un plan de negocios que puede ser el inicio de un proyecto empresarial. En general, el perfil de los estudiantes de Gestión de empresas de Unilatina se orienta al logro con características comunes por encima de las propias particulares, lo que sugiere que el desarrollo de un proceso integral de emprendimiento permitiría explotar los matices de la profesión dentro del marco de los parámetros de emprendimiento.

La fijación de metas es el eje con el cual los estudiantes referencian su espíritu emprendedor. Se recomienda aplicar los instrumentos periódicamente y combinar la aplicación con algunas estrategias de fortalecimiento de características propias del emprendedor.

Así mismo, es recomendable dar continuidad al desarrollo de estudios de esta naturaleza que creen distancia de la formación de personas como empleados tradicionales, para transformarlos en emprendedores bien sea internos o externos a la compañía. Esto podría establecer un diferenciador interesante en el marco de la construcción de los perfiles de egresados de los programas de la Universidad.

El estudio evidencia la necesidad de fortalecer el perfil emprendedor no solo como propuesta de grado sino como una forma de profesionalizar al egresado. Se sugiere identificar instituciones de fomento al emprendimiento que permita fortalecer la estructura de investigación de la tecnología de Gestión de empresas y avanzar en su propósito de formar empresarios.

## 10. Bibliografía

- Bhide, A. (2000). Creando empresa: la iniciativa emprendedora. Harvard Business Review Press.
- Cardona, M., Vera, L. y Tabares, J. (2008). Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas Cultura E y Fondo Emprender en Medellín. Cuadernos de investigación. Universidad EAFIT. Recuperado el 15 de marzo de 2011 de, <http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/Journal/HRU100/Cuaderno69.pdf>
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile. Disponible en [http://www.intec.cl/documentos\\_linea/ARI2487-INV-ENSE.pdf](http://www.intec.cl/documentos_linea/ARI2487-INV-ENSE.pdf).
- Drucker, P. (1985). La Innovación y el empresario innovador. Ed. Edhasa. Pág. 25-26; 35-44.
- Formichella, M. M. (2002). Educación y Pobreza: Una explicación de los círculos viciosos existentes entre ambas. Tesis de Grado, Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur.
- Gibson, J; Ivancevich, J; Donnelly, J. (1984) Organizaciones: comportamiento, estructura, procesos. Mcgraw Hill. Mexico D.F.
- Ledesma, R; Molina, J & Valero, P. (2002). Análisis de consistencia interna mediante Alfa de Cronbach: un programa basado en gráficos dinámicos. Psico-USF, v. 7, n. 2, p. 143-152.
- McClelland, D; Burnham, D. (2008). Power Is the Great Motivator. Harvard Business School Press. USA. <http://www.ugm.com.mx/docs/Libreria/EI%20poder%20es%20el%20gran%20motivador.pdf>

- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. *Hacia una visión sistémica y humanista. Cuadernos de Administración Bogotá*, 20 (34), 11-37.
- Pulgarín, S. y Cardona M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n71/n71a03.pdf>.
- Renko, M., Kroeck, G. & Bullough, A. (2012). Expectancy theory and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39 (3), 667-684. DOI:10.1007/s11187-011-9354-3. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6711/5908>.
- Robbins, S. (1999) *Comportamiento organizacional*. Prentice Hall. México.
- Valera, R. (2008). *Innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresas*. Pearson Prentice Hall editores, tercera edición.
- Varela, R. (2014). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá: Editorial Delfín LTDA.
- Vérin, H. (1982). Avant-propos. *In Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée* (pp. 9-14). Paris: PUF.
- Rocher, Guy. (1985). *Introducción a la Sociología General*. Barcelona: Herder Editores, P. 195-196.
- GEM. (2017). *Actividad Empresarial Colombiana. Reporte GEM Colombia 2016/2017*

## **Cibergrafía**

Rodríguez, A. (2012). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial.

Recuperado de: [http://www.ciruelo.uninorte.edu.co/.../4\\_Nuevas%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento](http://www.ciruelo.uninorte.edu.co/.../4_Nuevas%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento).

GEM (2009). Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report. Recuperado de:

[http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=pub\\_gem\\_global\\_reports](http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=pub_gem_global_reports)

MinEducación (2010). De fomento a la cultura del emprendimiento.

El Congreso de Colombia <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos>

&lFuncion=verPdf&id=2331&name=Ley1014de2006.pdf

Universidad Peruana de los Andes. (2010). Modelo educativo. Recuperado de: [http://distancia.upla.edu.pe/Portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=63&Itemid=83](http://distancia.upla.edu.pe/Portal/index.php?option=com_content&view=article&id=63&Itemid=83)

Institución Universitaria Latina (2017). <http://www.unilatina.edu.co/html/institucion/mision.html>

Institución Universitaria Latina (2017). <http://unilatina.edu.co/inicio/index.php/programas/area-de-ciencias-administrativas/tecnologo/gestion-de-empresas>

Institución Universitaria Latina (2017). <http://unilatina.edu.co/inicio/index.php/institucion/administrativo/mision-vision>

(Ledesma, Molina & Valero, 2002). El Alfa de Cronbach.

Banco Mundial. (2013). <http://www.redtransfer.org/blog/informe-del-banco-mundial-el-emprendimiento-en-america-latina-muchas-empresas-y-poca-innovacion/>

<http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v24n43/v24n43a02.pdf>

## 11. Anexos.

*Jeyson David Riveros Calderón – Administración de empresas - Unilatina*

### **Cuestionario de las características de la necesidad de logro**

Edad \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_ Semestre \_\_\_\_\_

En un rango de clasificación de 1 a 5, exprese 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.

#### **Búsqueda de Oportunidades e iniciativa**

1. En su trabajo actúa antes de que se lo pidan o antes de ser forzado por las circunstancias. \_\_\_\_\_
2. En caso de emprender un nuevo negocio, actuaría para extenderlo hacia nuevas áreas, productos o servicios \_\_\_\_\_
3. Como emprendedor, se aprovecha de oportunidades poco usuales para lanzar un negocio y obtener financiamiento, equipo o lugar de trabajo. \_\_\_\_\_

### **Correr riesgos**

4. Como emprendedor, calcula riesgos deliberadamente y evalúa alternativas \_\_\_\_\_
5. Como emprendedor, toma acción para reducir los riesgos o controlar los resultados \_\_\_\_\_
6. Como emprendedor, se coloca en situaciones que conllevan un reto o riesgo moderado \_\_\_\_\_

### **Exigir eficiencia y Calidad**

7. Se esmera en hacer las cosas mejor, más rápido o más barato \_\_\_\_\_
8. Toma acción para garantizar que se cumplan las normas de excelencia \_\_\_\_\_
9. Desarrolla o utiliza procedimientos para cerciorarse que el trabajo se termine o que llene los requisitos establecidos \_\_\_\_\_

### **Persistencia**

10. Toma acción frente a un gran desafío \_\_\_\_\_
11. Cambia de estrategia para hacerle frente a un nuevo reto o para superar obstáculos \_\_\_\_\_
12. Se responsabiliza personalmente por hacer todo lo necesario para alcanzar sus metas y objetivos \_\_\_\_\_

### **Cumplimiento**

13. Recurre a sacrificios personales para terminar un trabajo \_\_\_\_\_
14. Colabora con sus compañeros u ocupa su lugar si es necesario para terminar un trabajo \_\_\_\_\_

15. Se esmera por mantener satisfechos a sus amistades para tener buenas relaciones a largo plazo \_\_\_\_\_