

**CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN GRADUADOS DE  
LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS: UN ANÁLISIS  
EMPÍRICO EN LA CIUDAD DE MANIZALES**

**RONALD FABIAN BONILLA RICARDO  
JORGE ORLANDO GARCIA RESTREPO**

**INFORME FINAL  
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MANIZALES  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
MANIZALES, 2014**

**CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN GRADUADOS DE  
LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS: UN ANÁLISIS  
EMPÍRICO EN LA CIUDAD DE MANIZALES**

**RONALD FABIAN BONILLA RICARDO  
JORGE ORLANDO GARCIA RESTREPO**

Informe Final

Trabajo presentado para optar al título de Magister en Administración de  
Negocios

Directora:

**FRANCINA ECHEVERRI GALLEGO**  
**Magister en Ciencias Administrativas – Universidad Nacional de**  
**Colombia**  
**Magister en Creatividad e Innovación en las Organizaciones –**  
**Universidad Autónoma de Manizales**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**  
**MANIZALES, 2014**

## TABLA DE CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN .....	1
2. RESUMEN.....	3
3. ABSTRACT .....	4
4. PROBLEMATIZACIÓN .....	5
4.1. Antecedentes.....	5
4.2. Problema de Investigación.....	15
5. JUSTIFICACIÓN.....	18
6. OBJETIVOS .....	19
6.1. Objetivo General.....	19
6.2. Objetivos específicos.....	19
7. REFERENTE TEÓRICO.....	20
7.1. Concepto de Emprendimiento .....	20
7.2. Concepto de Emprendimiento en el GEM.....	21
7.3. Las Instituciones Educativas y la Formación en Emprendimiento .....	21
7.4. Enseñanza del Emprendimiento .....	23
7.5. Emprendimiento en la Universidad Autónoma de Manizales .....	27
7.6. Características del Perfil Emprendedor.....	28
7.6.1. Características Personales .....	29
7.6.2. Características Sociales .....	35
7.6.3. Características Psicológicas .....	39
7.7. Características Sociodemográficas de los Emprendedores .....	42
7.8. Manizales Más.....	45
7.9. Criterios de Evaluación de Cursos de Espíritu/Perfil Empresarial .....	47
7.9.1. Suma-Babson.....	47
8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	49
9. ESTRATEGIA METODOLÓGICA .....	52
9.1. Tipo de estudio .....	52
9.2. Población y muestra .....	52
9.3. Procedimiento.....	52
9.4. Técnicas e instrumentos de Recolección de Información.....	53

9.5.	Plan de Análisis .....	54
9.6.	Momentos de la investigación.....	54
9.7.	Prueba de Confiabilidad .....	55
9.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	56
9.8.	Análisis de los datos para las características personales del perfil emprendedor 58	
9.9.	Análisis de los datos para las características sociales del perfil emprendedor ...	59
9.10.	Análisis de los datos para las características psicológicas del perfil emprendedor.....	60
9.11.	Análisis de los datos para las características del plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios de la UAM .....	61
9.12.	Análisis de los datos sociodemográficos .....	64
10.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	69
10.1	Características del perfil emprendedor .....	69
10.1.1.	Características Personales .....	69
10.1.2.	Características sociales .....	72
10.1.3.	Características psicológicas .....	74
11.	CONCLUSIONES .....	86
12.	RECOMENDACIONES .....	88
13.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	89
	ENCUESTA.....	96
	PRESUPUESTO .....	99

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Componentes del perfil emprendedor .....	29
Ilustración 2. Momentos de la investigación.....	54

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	49
Tabla 2. Alfa de Cronbach de las variables.....	55
Tabla 3. Análisis de Resultados.....	56
Tabla 4. Características del plan de estudios.....	61
Tabla 5. Análisis estado civil.....	64
Tabla 6. Análisis estrato socioeconómico .....	65
Tabla 7. Familiares que poseen negocio propio.....	65
Tabla 8. Análisis ocupación .....	66
Tabla 9. Idea de negocio .....	66
Tabla 10. Desarrollo de la idea de negocio .....	67
Tabla 11. Forma como ha desarrollado la idea de negocio.....	67
Tabla 12. Prueba Chi-cuadrado para perfil emprendedor y variables sociodemográficas (género, edad y estrato socioeconómico). .....	68

## 1. PRESENTACIÓN

Para Arraut y otros (2011), el emprendimiento surge de individuos con capacidad de arriesgarse, proponer, tomar decisiones, entre otras características que contiene el perfil emprendedor, dicho perfil no es solo fruto de la formación personal, sino que además debe ir ligado al proceso de educación formal. Por tal razón, las instituciones educativas juegan un papel fundamental, ya que sobre ellas, recae la responsabilidad de la preparación de profesionales capaces de proponer y desarrollar proyectos emprendedores enfrentando el mercado laboral de una manera diferente y competitiva.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente estudio tiene un enfoque específico relacionado con el perfil emprendedor que deben desarrollar los graduados producto de la formación en la maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales. Partiendo de la necesidad de abordar el emprendimiento como foco de profundización al reconocer que los contenidos programáticos deben fomentar y respaldar la formación en los estudiantes de posgrado.

No se puede asumir que el conocimiento relacionado con el tema de emprendimiento es adquirido previamente por los estudiantes desde la educación básica, pues es un proceso que requiere de un continuo aprendizaje que se construye a través de las experiencias e investigaciones por parte de los emprendedores.

Es preciso entonces, abordar las diferentes características personales, sociales y psicológicas que identifican el perfil emprendedor de una muestra de graduados de nivel de formación posgradual (MBA)<sup>1</sup> de la maestría en Administración de Negocios.

---

<sup>1</sup> Entiéndase MBA como Master in Business Administration (Maestría en Administración de Negocios).

En esta misma línea, la investigación pretende identificar la percepción que los graduados tienen frente al aporte que los contenidos curriculares hacen a dicho perfil, además de analizar la relación existente entre las características sociodemográficas y el perfil emprendedor.

Con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados para esta investigación, se plantea una metodología bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo con una fase correlacional.

## **2. RESUMEN**

La presente investigación estableció como principal objetivo determinar las características del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales. La investigación responde a un diseño descriptivo- correlacional, cuya muestra se conformó por el grupo de graduados de la Maestría en administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales. Posterior a la elaboración del informe final y como propósito de la investigación, se pretende sugerir cambios curriculares de la maestría de acuerdo a la metodología de evaluación de Babson College.

Los resultados evidencian un alto desarrollo en las características sociales, individuales y psicológicas del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, donde se reconoce el aporte de la academia a la consolidación de dicho perfil, fortaleciendo dimensiones tales como la autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la solidaridad, la necesidad de logro y la minimización de riesgos.

**Palabras claves:** Emprendimiento, perfil emprendedor, educación.

### **3. ABSTRACT**

This investigation established as main objective to determine the characteristics of the entrepreneurial profile of the graduates of the Master of Business Administration from the Autonoma University of Manizales. The research reflects a descriptive correlational design, the sample was made by the group of graduates of the Master of Business Administration of the Autonoma University of Manizales. After the preparation of the final report and the purpose of the research is to suggest curriculum changes mastery according to the methodology of evaluation of Babson College.

The results show a high development in social, individual and psychological characteristics of the entrepreneur profile of graduates of the Master of Business Administration, where the contribution of academy to the consolidation of the profile is recognized by strengthening dimensions such as autonomy, decision making, responsibility, creativity, leadership, teamwork, solidarity, need for achievement and risk minimization.

**Keywords:** Entrepreneurship, entrepreneurial profile, education.

## **4. PROBLEMATIZACIÓN**

### **4.1. Antecedentes**

El concepto de Emprendimiento proviene del término francés “entrepreneur”, que hace referencia a tomar decisiones, iniciar o estar listo para algo (Fandiño y Bolívar, 2008). Existen dos fuertes referentes como antecedentes del emprendimiento; por un lado esta Schumpeter, profesor de Harvard, que fue el primero en utilizar el término, para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados, para Schumpeter la función del emprendedor no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan; la escuela de Schumpeter se basa en los emprendedores que generan el cambio de una situación existente a otra, se concentra en la naturaleza temporal de la actividad y los disturbios generados por las nuevas combinaciones ofrecidas al mercado. Por otro lado, se encuentra la Escuela Austriaca, que se contrapone a la teoría de Schumpeter y discrepa con respecto al término, cuando dice que muchos emprendedores logran mejorar y hacer más eficiente la red comercial anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas, esta escuela se basa en la creación del equilibrio, por lo tanto, estos emprendedores generan el cambio dentro de una situación existente, se enfatiza en la existencia perenne de la competencia y la oportunidad emprendedora. En la actualidad tanto Schumpeter como la escuela austriaca son aceptadas, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son en cierto modo diferentes (Castillo, 1999).

Muchos autores han considerado que un individuo que inicia una acción emprendedora, posee un perfil denotado por ciertas aptitudes y características, pero este perfil por sí solo no es garantía del emprendimiento (Arraut, Sánchez y Novoa, 2011). “No es suficiente poseer las cualidades de un emprendedor exitoso,

se necesita además un contexto mínimamente favorable para el desarrollo de las mismas” (Bilbao y Pachano, S/F; Citados en Arraut y otros, 2011, pág. 188).

En el contexto Colombiano se encuentra la ley 1014 de 2006 que en su primer artículo define el emprendimiento como “una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Congreso de la Republica de Colombia- Ley 1014, 2006, pág. 1). Uno de los objetivos de esta ley es “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución”. También se encuentra, que el estado entre sus obligaciones debe: “Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación” (Congreso de la Republica de Colombia- Ley 1014, 2006).

Por otra parte, son diversos los estudios presentados alrededor de la enseñanza del emprendimiento, que se establecen como referente teórico y metodológico para el desarrollo de la presente investigación.

Según la investigación presentada por Kantis, Postigo, Federico, y Tamborini (2005) “*el surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de argentina*”, se señala que las investigaciones recientes llevadas a cabo en Latinoamérica muestran que más de la mitad de los emprendedores más dinámicos son graduados universitarios, quiere decir que existe una relación relevante entre contribución de las universidades y el surgimiento de emprendedores; relación que ha sido largamente estudiada por la literatura internacional desde distintas perspectivas y enfoques, además de investigaciones orientadas a evaluar el impacto de los cursos para emprendedores que se dictan en las universidades y las características de las firmas creadas por sus graduados. Del mismo modo, existe un creciente acuerdo en que en esta sociedad del conocimiento y la información,

la educación es una de las variables clave para explicar el proceso de creación de empresa.

Los resultados de esta investigación contribuirán a ampliar el conocimiento sobre el proceso emprendedor en América Latina con especial foco en los aspectos más distintivos que caracterizan la emergencia de nuevas empresas fundadas por graduados universitarios.

En el año 2006 Vigorena, F. presenta un artículo titulado “Educación emprendedora”, que pretendía resaltar el papel protagónico de las universidades en la formación de individuos emprendedores e innovadores, a través de la generación de ideas y pensamientos que transformen las sociedades. De esta manera, el autor inicia su reflexión destacando la necesidad de crear de manera masiva una educación emprendedora que forme en la independencia, en asumir riesgos, en crear, en imaginar e innovar. En este sentido, se define la educación emprendedora como aquella que ofrece al individuo capacidades para convertirse en agente de desarrollo social y económico.

Para tal fin Vigorena (2006) propone unas características esenciales que debe cumplir la educación si se pretende forme en emprendimiento, dentro de ellas se encuentra:

- ✓ Cambiar la actitud pasiva del aprendiz en el aula de clase, se propone por lo tanto una educación activa, donde el estudiante reflexiona y toma una postura crítica.
- ✓ Estimular en los aprendices la creación de redes de contacto, vínculos con diversos grupos de la sociedad.
- ✓ Independencia personal, a través de su reflexión y expresión de puntos de vista.
- ✓ Desarrollo emocional, que enseña a afrontar las situaciones de fracaso y minimizar el temor al riesgo.

- ✓ Incentivar la investigación participativa, que demanda del estudiante exigirse, reflexionar y proponer. Además permite acercarse a la realidad y conocer las demandas y dinámicas del mercado.

Bello (2006) en su artículo “La preparación emprendedora y la formación de graduados universitarios” considera que la preparación en emprendimiento es un tema relevante en la formación profesional de los graduados, de allí el papel fundamental que juegan las instituciones de educación superior, al impartir un conocimientos que conduzca a explorar alternativas educativas en materia de preparación emprendedora.

Por lo tanto, tener graduados con características emprendedoras, promueve el empleo debido al interés de las organizaciones en utilizar el talento emprendedor y creativo a favor del desarrollo de las mismas. De esta manera el autor determina que características como el asumir riesgos, la creatividad y la innovación, se encuentran en armonía con las necesidades para el desarrollo de una economía fundamentada en conocimientos. Además sustenta que la inclusión de la preparación emprendedora en los planes de estudios de las universidades, puede determinar que la capacidad emprendedora puede ser desarrollada, es decir, “el emprendedor se hace”.

En este sentido el autor concluye que la educación superior está expuesta a grandes desafíos, debido a los cambios económicos y sociales que se presentan, esto implica reformas de los paradigmas educativos, encontrándose entre los más significativos hacer del estudiante el centro del proceso educativo y el énfasis en aprender cómo aprender y en aprender a emprender.

En 2007, Contin, Larraza y Mas presentaron su investigación “Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra”, proponiendo como objetivo general, analizar algunas características distintivas de los emprendedores y empresarios establecidos frente a lo que se denomina población laboral activa. Su estudio se basó en encuestas realizadas dentro del Proyecto REM de Navarra en 2005,

permitiendo conocer tanto aspectos sociodemográficos (edad, sexo, miedo al fracaso, entre otros) como el status profesional (empleado, emprendedor, entre otros).

De la investigación se concluye que la probabilidad de que una persona con miedo al fracaso sea empresario establecido, emprendedor o emprendedor potencial es muy pequeña, asimismo se encontró que el hecho de que una persona esté desempleada favorece el emprendimiento potencial, por otra parte se evidenció que las mujeres encuentran mayores dificultades que los hombres a la hora de incorporarse al mercado laboral, aunque actualmente las políticas de empleo han impulsado a la mujer en el campo del emprendimiento. También se concluye que la educación es un factor importante a la hora de ser emprendedor o empresario, siempre y cuando los individuos se caractericen por minimizar el temor al fracaso y aumentar la necesidad de logro, pues son éstas personas las que mayor probabilidad tienen de ser emprendedores establecidos.

Andrade y Bravo (2009), presentan los resultados de la investigación “Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia”, planteando como objetivo general el formular una propuesta metodológica que mejore la formación de los estudiantes de Administración de Empresas en competencias de emprendimiento, que responda a las características de desarrollo regional. Se utilizaron métodos empíricos, teóricos y estadísticos con el fin de generar complementariedad entre enfoques cuantitativos y cualitativos.

Como principales resultados los investigadores encontraron que la enseñanza del emprendimiento en el Programa de Administración de Empresas, presenta dificultades en la utilización de métodos heteroestructurales en las metodologías implementadas por los docentes; no existe una adecuada formación por parte de los mismos; tampoco convergencia en el marco conceptual diseñado por los docentes alrededor del tema de emprendimiento; y no hay incorporación de las herramientas tecnológicas en los procesos de enseñanza del emprendimiento, aun cuando se reconoce su importancia.

Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010) publican los resultados de un estudio llamado “Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género”, cuyo objetivo principal es analizar los rasgos psicosociales, los estímulos y los principales obstáculos que encuentran las mujeres al iniciar una actividad empresarial. Aunque no se especifican la metodología utilizada los autores resaltan que fue un estudio empírico, sobre un grupo de alumnos de la Universidad de Córdoba-España, cuya recolección de información se realizó a través del cuestionario propuesto por Veciana y Urbano (2004). Como principales conclusiones, se obtuvo que aunque el concepto de mujer en el ámbito empresarial ha cambiado, aun existe una brecha en el porcentaje de hombres y mujeres que inician su propio negocio, teniendo la mujer más baja representación. Según los hallazgos las mujeres poseen menor iniciativa a la hora de crear empresa, influenciadas en mayor medida por el temor al fracaso.

Por otra parte, se resalta el papel que la educación juega en la formación de perfiles emprendedores. De ahí, que se proponga una educación orientada al fortalecimiento de competencias emprendedoras partiendo del reconocimiento las diferencias de género, teniendo en cuenta que los temores y debilidades ante el proceso de crear empresa, no se presentan de igual forma para hombres y mujeres.

De igual forma, Julca para el año 2011 publican el trabajo de investigación llamado “Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)”, con el objetivo principal de determinar la manera en que los rasgos propios de cada estudiante (contexto socioeconómico, edad, entorno familiar y características personales) estaban relacionados con el desarrollo de actitudes hacia la Competencia de Emprendimiento Empresarial; aunque no se especifica el tipo de estudio, se aclara que para la recolección de investigación se apoyaron en el propuesto por Sánchez (2005) denominado “Cuestionario de Orientación Emprendedora (C.O.E.)”.

Se establece como principal conclusión que las universidades tienen la

responsabilidad de iniciar y mantener procesos de formación orientado al emprendimiento, buscando de esta manera, aportar no solo a la construcción de conocimiento científico, sino además al desarrollo económico de los países. Además se resalta que la formación en turismo en el Perú, está estrechamente ligada al emprendimiento empresarial.

Por otra parte, la investigadora plantea que un modelo de competencias debe servir como estructura orientadora del proceso educativo peruano.

Para el año 2011 Arraut y otros, presentan una investigación denominada “Impacto del programa emprendedor en la Universidad Tecnológica de Bolívar mediante un análisis a través de SPSS”, cuyo objetivo principal fue evaluar y medir el impacto que ha generado el Programa de Emprendimiento Empresarial en sus graduados. La recolección de información se realizó a través de encuestas y para la codificación y el análisis se implementó el programa SPSS.

Como principales resultados, se evidenció que a pesar de que los jóvenes están siendo impactados positivamente por los programa de emprendimiento, tienen una limitación para la creación de empresas o desarrollo de ideas empresariales por la ausencia de capital, o porque consideran que estos procesos de emprendimiento no hace parte de su proyecto de vida. De igual manera, mencionan que como factores de éxito se encuentra la creación de cultura y liderazgo hacia el emprendimiento y mantenimiento de estructura que coordinan dichas actividades.

Ahora bien, Garazi (2011) investigó sobre “La intención emprendedora en estudiantes universitarios”, cuyo objetivo se centró en “analizar el papel de los factores psicosociales, culturales y socioeconómicas en la configuración de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, con el fin de valorar el potencial emprendedor de la universidad y derivar posibles recomendaciones de acción que mejoren sus resultados”. La metodología utilizada se desarrolló mediante un cuestionario que evalúa la intención emprendedora a través de variables tales como: intención emprendedora, actitudes hacia la conducta emprendedora, autoeficacia emprendedora, valores, datos sociodemográficos,

entre otros.

Algunos resultados muestran que las variables psicológicas estudiadas predicen significativamente la intención emprendedora, hallando una relación positiva entre dichas variables y el perfil emprendedor, de igual manera, la investigadora encontró que la intención emprendedora tiene una relación significativa con el género, siendo mayor en el caso de los hombres. En cuanto a las características personales y sociales, se hallaron correlaciones significativas y positivas entre la autoeficacia emprendedora, la actitud hacia la conducta emprendedora, el logro y la responsabilidad, en contraposición a la tradición y la solidaridad que no presentaron correlación con el perfil de aquella persona que emprende.

La investigadora destaca que la “comprensión de los aspectos que influyen en la intención de emprender de los estudiantes puede ayudar a los docentes a desarrollar los métodos de enseñanza que respondan a las necesidades de aprendizaje de los estudiantes. Así, los programas de emprendimiento deben centrarse en crear y fortalecer la intención emprendedora de los participantes, aunque la puesta en marcha de una empresa a partir de dicha intención dependerá también de diversos factores externos, como por ejemplo recursos (financiación, un espacio, etc.), o la situación del mercado”.

Asimismo, Mora, R. (2011) publica los resultados obtenidos de su investigación denominada “Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa”, con el fin de analizar algunas actitudes emprendedoras de profesionales egresados de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. La metodología se basó en un diseño cualitativo, de tipo trasversal y exploratorio; para la recolección de la información se utilizó el instrumento propuesto por Robinson (1987) “Entrepreneurship Attitude Orientation Scale”, que fue aplicado a 121 egresados de esta Universidad.

Los resultados de esta investigación, evidencian que los emprendedores se definen competentes a la hora de crear empresa y enfrentar los retos presentados en el mundo de los negocios, reflejando fortaleza en competencias de agencia

como la autoestima y la autoconfianza. Asimismo, los emprendedores evidencian una alta orientación a la innovación, que implica desligarse de los parámetros tradicionales del trabajo rutinario y buscar constantemente nuevas ideas y alternativas de solución a las situaciones presentadas. Otro factor que favorece la actividad emprendedora es la motivación de logro, ya que esta población afirma sentirse satisfechos y motivados al ver que su trabajo es reconocido entre los mejores, además de expresar orgullo frente de los logros obtenidos durante su proceso de creación o expansión de empresa.

Pero contrario a esto, se encontró que los emprendedores presentan dificultades al momento de tomar riesgos, por tal razón, les molesta la incertidumbre permanente y buscan asumir riesgos controlados.

Para el 2011, Correa, Delgado, y Conde investigaron sobre la “Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán” dicho estudio sustenta que la relación existente entre la creación de empresas y la educación ha sido tema de investigación para muchos autores internacionales desde los diferentes enfoques, encontrándose una relación positiva entre la propensión a emprender y el nivel educativo de los individuos.

En esta misma línea las autoras señalan que las instituciones de educación superior impulsan el emprendimiento a través de la enseñanza de crear empresa y no educan el emprendimiento, esto hace que en sus programas no se incluya el desarrollo de habilidades, atributos y comportamientos de un emprendedor exitoso. Es por esto que los resultados arrojados establecen que competencias como: minimización del riesgo, autonomía y creatividad, obtuvieron los primeros lugares en relación con el perfil emprendedor.

Los autores concluyen que el desarrollo de competencias para los emprendedores que terminan su formación debe estar orientado a la alineación de contenidos orientados hacia lo funcional. Establecen que es “fundamental considerar acciones

de desarrollo encaminadas al desarrollo de competencias conductuales para que el emprendedor pueda tener éxito”.

Por último, para el mismo año, Osorio y Pereira en su investigación titulada “Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva” se fundamenta en “reflexionar acerca de las necesidades de la educación en emprendimiento, examinando las variables que inciden en una educación sistémica y holística, mostrando que la teoría social cognitiva ofrece un marco teórico pertinente para tales propósitos”. Es por ello, que en su investigación los autores establecen la necesidad que la universidad, como agente formador y transformador, encamine a los individuos a ser partícipes de un proceso de acción emprendedora, donde se reconozcan sus expectativas, pensamientos, intenciones y creencias personales, así como también las limitaciones que pueden encontrar alrededor.

En este sentido los autores argumentan que “la educación para el emprendimiento debe orientar al estudiante a acometer acciones emprendedoras y a reconocerse como un actor social que influye y es influido por su entorno. Esto significa que la educación como elemento complementario del aprendizaje, debe dirigirlo a observar una conducta, a través de mecanismos sociales y cognitivos, para el emprendimiento”.

Como conclusión, los autores cuestionan la dirección que la educación ha tenido en el campo del emprendimiento, ya que falta un enfoque sistémico a la persona que se educa; partiendo de la lógica que muchos cursos limitadamente crean conciencia sobre el espíritu emprendedor como opción profesional, y fomentan actitudes favorables hacia el tema pero no hacia la decisión de iniciar acciones emprendedoras.

Los anteriores antecedentes de investigación, ilustran la importancia que tiene el tema del emprendimiento dentro del contexto de formación universitaria tanto a nivel nacional como internacional, dado que se presenta como pilar para la formación de sujetos capaces de impulsar sus propios espacios de empleo,

partiendo de sus habilidades y conocimientos.

#### **4.2. Problema de Investigación**

Durante los años 90 se planteó el tema del emprendimiento empresarial en todas las instituciones educativas del país; las universidades tomaron conciencia de la importancia del emprendimiento en la formación de los profesionales y apoyaron la creación de una cultura emprendedora iniciada por el gobierno nacional. En esta perspectiva se desarrollaron distintas políticas y se promovieron trabajos investigativos y de creación de empresas, buscando desarrollar en los estudiantes sus capacidades, estando en contacto con la realidad, logrando una conciencia de la importancia del emprendimiento (Fandiño y Bolívar, 2008). En este sentido, el gobierno nacional, en el año 2006, expidió la ley 1014, con el objetivo de crear un marco jurídico para que las instituciones educativas promovieran el espíritu emprendedor, mediante la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales, planteando para ello una cátedra transversal de emprendimiento, que deberá abarcar todos los niveles del sistema de educación (Congreso de la Republica de Colombia- Ley 1014, 2006). Es importante resaltar, que uno de los principios de la Ley es la formación integral en aspectos y valores como el desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente. De esta forma, la Ley impulsa la responsabilidad que tiene el ciudadano como individuo y como integrante de la sociedad.

El emprendimiento como lo plantea Rodríguez (2009), hace referencia a la toma de decisiones, preparación para comenzar algo, es uno de los mecanismos importantes de crecimiento económico y social (Álvarez y Urbano, 2011) debido al desarrollo de las actividades que impulsan la creación de acciones que promuevan valor a las empresas y por ende permiten obtener un crecimiento en las utilidades (Moreno y Espíritu, 2010; Simón, Revuelto y Medina, 2012).

Lo anterior evidencia que el emprendimiento es el resultado de la formación de individuos capaces de proponer, arriesgarse, tomar decisiones, entre otras variables que inciden en la actitud emprendedora, razón por la cual, autores como Arraut y otros (2011), mencionan que para ser emprendedor se requiere tener un perfil, que se encuentra conformado por un conjunto de aptitudes y características que puede ser descritas en tres grandes bloques como son: las características personales, dentro de las que se puede abordar la creatividad, la responsabilidad, la autonomía y la toma de decisiones; características sociales como el liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad; y características psicológicas en las que se ubica necesidad de logro y minimización del temor al riesgo (Gartner, 1989).

Por otra parte, es importante resaltar que el emprendimiento es clave para el desarrollo económico de un país, crea empleos, oportunidades de desarrollo social y fomenta la producción dentro de la economía (Amorós y Cazenave, 2013) elemento fundamental si se tienen en cuenta condiciones socioeconómicas en una ciudad como Manizales que presenta según el DANE en diciembre de 2013 una tasa de desempleo del 11,6%, de subempleo del 27,8% y de empleo informal del 42,4 %, estadísticas que aunque se ubican por debajo de otras cifras a nivel nacional, siguen evidenciando la necesidad de fortalecer el sector empresarial, como alternativa de desarrollo para la región y para el mejoramiento de las condiciones sociales y económicas de la misma (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2013).

Por lo tanto, es fundamental entender que el emprendimiento debe ir ligado a la educación y debe desarrollarse tanto en el entorno como en lo personal, es decir debe ser desarrollado en todos los ámbitos. Lo que se busca es, que el tema del emprendimiento sea considerado como un elemento estratégico para el mejoramiento continuo de un país y de esta manera, aprovechar todos sus beneficios para el desarrollo; es este punto, donde las instituciones educativas juegan un papel fundamental, ya que sobre ellas, recae la responsabilidad de la preparación de profesionales capaces de enfrentarse a un mercado laboral

competitivo, logrando utilizar las herramientas necesarias para contribuir al desarrollo económico y social de cada país (Fandiño y Bolívar, 2008).

Atendiendo las demandas del contexto, la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales brinda formación de nivel avanzado en el campo de la gestión organizacional o administración de negocios, que permite responder a los desafíos del mundo de los negocios y resolver los problemas actuales y futuros de las organizaciones en escenarios globales, complejos y de incertidumbre. Bajo este contexto, el MBA se ha preocupado por inculcar el tema del emprendimiento en sus estudiantes, debido al papel fundamental que tiene dentro del mundo empresarial actual. El programa ha buscado que sus graduados desarrollen el espíritu emprendedor como factor clave para el desarrollo competitivo y factor de éxito del sector empresarial y así contribuir al desarrollo económico y social de la región y el país (Universidad Autónoma de Manizales-UAM).

La UAM tiene como prioridad el desarrollo del espíritu empresarial de sus estudiantes, pero es necesario determinar si los contenidos curriculares y demás actividades de formación están haciendo impacto sobre los futuros empresarios.

Teniendo en cuenta los planteamientos anteriores, surgió como pregunta de investigación:

***¿Cuáles son las características del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios en la ciudad de Manizales?***

## 5. JUSTIFICACIÓN

Es claro que en el mundo de hoy los gobiernos e instituciones son conscientes de la importancia que tiene la creación de nuevas empresas debido al impacto positivo que se puede generar en la economía de un país, es por esto que el concepto de emprendimiento ha sido un tema de mucho auge e interés durante los últimos años.

Teniendo en cuenta que el emprendimiento se constituye en un pilar para el desarrollo económico y social, surge la importancia de abordarla desde perspectivas académicas y empresariales. Desde la academia surge por lo tanto, la necesidad de desarrollar procesos investigativos que nutran la plataforma teórica sobre la que soportan su enseñanza, y que actualice el conocimiento frente a las nuevas demandas del contexto y las necesidades de sus estudiantes en la formación de su perfil emprendedor.

En concordancia con lo anterior, para la Universidad Autónoma de Manizales, específicamente en la Maestría en Administración de Negocios, los resultados de la presente investigación se convierten en un insumo importante para analizar desde la percepción de los estudiantes la influencia que tiene la formación posgradual en el perfil emprendedor.

Asimismo, los resultados de la presente investigación se presentan como punto de partida para investigaciones futuras relacionadas con el emprendimiento y la educación, generando utilidad tanto para la academia como para la comunidad empresarial.

La novedad de la presente propuesta de investigación permitirá a la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales, obtener evidencia del impacto que tiene su plan de estudios en la formación de perfiles emprendedores, por lo tanto, permite la identificación de las debilidades y fortalezas en el proceso de formación de sus estudiantes, constituyéndose en insumo fundamental para los planes de mejora o reestructuración.

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

Determinar las características del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales.

### **6.2. Objetivos específicos**

- ✓ Identificar las características personales del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales.
- ✓ Identificar las características sociales y psicológicas del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales.
- ✓ Establecer el aporte del plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios al perfil emprendedor de los graduados.
- ✓ Establecer la correlación existente entre el perfil emprendedor de los graduados con variables sociodemográficas como la edad, género y estrato socioeconómico.

## **7. REFERENTE TEÓRICO**

### **7.1. Concepto de Emprendimiento**

El emprendimiento se ha constituido en un área del saber, la cual ha tomado un profundo interés en el campo del desarrollo empresarial en países de economías emergentes, puesto que se percibe como una oportunidad para apalancar el desarrollo económico y social de las comunidades.

Por otro lado, este término ha sido utilizado para resaltar aquellas personas que tienen iniciativa para crear una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente, esto último con el fin de alcanzar mayores logros en desarrollo de estas empresas que comienzan a incursionar en el mercado (Petit, 2007).

El emprendimiento como concepto no ha logrado unanimidad en la comunidad de expertos y académicos pero en general se relaciona con la creación de algo nuevo y de manera específica a la creación de nuevas empresas, pero también se relaciona con la capacidad de detectar oportunidades de negocio, acceder a ella y explotarla (Calderón y otros, 2012).

El emprendimiento ha sido abordado desde la economía, la sociología y la psicología, (Sánchez, 2011; Álvarez y Urbano, 2011) como disciplinas que influyen en el individuo en el momento de optar por el emprendimiento como alternativa que le permita desenvolver sus capacidades en el entorno sociocultural con el fin de crear empresa. Desde esta perspectiva el aporte de Noruzi y otros, (2010) respalda dicha postura, afirmando que la capacidad emprendedora se ha explicado en un contexto de resolución de problemas sociales aumentando el nivel de incertidumbre que acarrea dicho ejercicio para la persona que va a llevar a cabo su actividad emprendedora, es por esto que puede entenderse según la expresión de la conducta humana, razón por la cual se adopta una concepción

holística aceptando participación de diferentes ciencias convirtiéndose así en un ejercicio multidisciplinar de las ciencias sociales (Pereira, 2007).

## **7.2. Concepto de Emprendimiento en el GEM**

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es un Proyecto Global que fue instituido en el año 1999 por Babson College y London Business School, con el fin de fortalecer las investigaciones relacionadas con el emprendimiento, esta red de investigación busca monitorear el desarrollo del emprendimiento a nivel global para responder a la importancia que este tema ha tenido en los últimos años (Global Entrepreneurship Monitor, 2009).

Cabe resaltar que el GEM analiza el emprendimiento como un fenómeno global que día a día va en aumento (Sánchez, 2011), es por ello que lo evalúa partiendo de las actitudes y deseos que los individuos poseen para crear empresas (Gómez y otros, 2010).

Desde esta perspectiva, el GEM estudia rigurosamente las características enmarcadas bajo el concepto de emprendimiento, considerándolo como un proceso que va desde una idea generada en la mente del emprendedor, hasta una etapa donde el negocio se encuentra establecido. Es importante entonces, establecer la importancia que el emprendimiento genera para el desarrollo económico conduciendo a la estabilidad tanto económica y social en la región que este se lleva a cabo (Amorós y Cazenave, 2013).

## **7.3. Las Instituciones Educativas y la Formación en Emprendimiento**

Las exigencias de un mundo globalizado, demandó de las instituciones educativas y en especial a las de nivel superior un esfuerzo por incentivar pensamientos e iniciativas emprendedoras que favorezcan el desarrollo individual como a nivel regional. Según Andrade y Bravo (2009), en Latinoamérica se evidencia una formación en emprendimiento soportada teóricamente en la necesidad de conocer tanto los elementos que promueven el éxito como el fracaso en los procesos de

emprendimiento; además se resalta que esta formación soporta su éxito, en el esfuerzo colectivo que realizan las instituciones (logística), los docentes (metodología) y estudiantes (disposición para la generación de aprendizajes).

Aunque para Castillo (1999) los docentes se constituyen en actores fundamentales en el proceso de enseñanza-aprendizaje alrededor del emprendimiento, y frente a esto, menciona que el profesor es un actor irremplazable en la generación de una mentalidad diferente, que promueva cambios de actitud e incentiven el emprendimiento. De esta manera, se evidencia el reto presentado tanto a los docentes como estudiantes en la creación y desarrollo del un espíritu emprendedor, y resalta la importancia de un adecuado guía en este proceso de formación.

Andrade y Bravo (2009), mencionan que las metodologías más implementadas para la enseñanza del emprendimiento están orientadas a abordar temáticas relacionadas con creación de plan de empresas, que implica la elaboración de un proyecto de negocio, factible y coherente con las necesidades del mercado; contacto e interpretación de la realidad donde se han materializado ideas emprendedoras, de tal manera que el estudiante tiene un espacio para el conocimiento y reflexión frente al camino experimentado por emprendedores exitosos, que generan un referente positivo y motivacional para los jóvenes en su proceso de formación; y por último, el análisis de casos, que implica la ilustración de situaciones particulares que involucrar procesos de emprendimiento, facilitando la reflexión y toma de decisiones frente a las realidades y posibilidades que se presentan.

Según Castillo (1999), la enseñanza del emprendimiento no está vinculada con el número de empresas creadas, si no con la capacidad de crecer y generar riqueza, orientarse al crecimiento, y lograr la interrelación de tres elementos como son el mercado, los recursos y las personas. Estas concepciones teóricas según el autor permiten a los emprendedores tener mayores opciones de éxito e impacto en el desarrollo de su entorno. En este sentido, se puede decir que la formación en

emprendimiento se constituye en un aporte importante que realizan las instituciones de formación superior al desarrollo socioeconómico de las regiones.

En Colombia a partir de la ley 1014 de 2006: fomento a la cultura del emprendimiento, se entrega al sistema educativo la responsabilidad de formar a los ciudadanos en emprendimiento, aludiendo que:

*...el desarrollo de la cultura del emprendimiento, con acciones que buscan entre otras, la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.*

Ante el marco legal propuesto por el gobierno colombiano, la educación superior propone un modelo de formación de emprendimiento fortalecido por el uso de las tecnologías de la información. Además de un modelo educativo práctico, que atiende las necesidades del contexto y genera alternativas de solución que permite atender las diversas problemáticas en este caso socioeconómicas.

#### **7.4. Enseñanza del Emprendimiento**

Las universidades colombianas ante las difíciles condiciones económicas caracterizadas por el desempleo, subempleo, entre otros aspectos sociales y económicos, han generado una estrategia de apoyo que busca fortalecer el vínculo entre producción académica y desarrollo empresarial a través de la creación de nuevas rutas de formación, viéndose obligadas a incluir dentro de su currículo de formación un contenido orientado a la generación de cultura empresarial (Varela, 2003). Esta nueva formación contempla la posibilidad de aplicar los conocimientos en la generación de ideas empresariales que aporten al desarrollo de las regiones, y no simplemente la generación de conocimientos o productos de tipo conceptual que no generen impacto social.

El autor menciona también una serie de características que facilitan el desarrollo de ambientes que promuevan pensamientos o acciones emprendedoras, dentro de las que destaca:

- La formación de emprendedores centrada en el desarrollo de competencias individuales y profesionales que promuevan el desarrollo del ser humano.
- El resultado de una formación en emprendimiento debe estar orientada a la creación de empresa o a la generación de aportes a la innovación las ya existentes.
- Esta formación se debe basar en un proceso secuencial, que implica una etapa formativa, de generara conciencia, motivación, entre otros; una etapa de desarrollo de habilidades; promoción de capacidades administrativas; y crecimiento desde el desarrollo de la capacidad gerencial.

Por consiguiente, Varela (2003) plantea la formación de un estudiante integral, involucrando aprendizajes tanto teórico-prácticos como ontológicos (ser), concibiendo no solo la capacidad para crear empresa o realizar aportes innovadores, sino además la importancia de una orientación e impulso interno frente a la generación de procesos emprendedores, aún cuando se identifican los obstáculos que pueden limitar el cumplimiento de una meta.

Según Cortés(2003), la posibilidad generar adecuados procesos de enseñanza de emprendimiento están relacionados con la metodología, más que con el contenido de los cursos. En este sentido, establece la necesidad de generar espacios de formación que posibiliten la participación de los estudiantes, además de su reflexión y aporte en la solución de situaciones presentadas, a partir de los conocimientos teóricos y el saber empírico construido.

De tal manera, que se promueve un proceso de enseñanza que privilegia el aprendizaje significativo, que busca generar un aprendizaje que tenga sentido y significado para el estudiante, trascendiendo la simple repetición de contenidos.

De acuerdo con Ausubel (1976) en Andrade y Bravo (2009), el aprendizaje significativo debe contener dos condiciones fundamentales, la primera hace referencia a la actitud de aprendizaje por parte del aprendiz para la generación de ese aprendizaje significativo, lo que implica que el aprendiz es consciente del proceso significativo que se está generando en ambiente educativo; y en segundo lugar, un material de estudio significativo, que permita una asimilación lógica e integración del conocimiento previo con el nuevo que se está presentando.

Para Carrasco (1997) el aprendizaje significativo depende de la actitud que tenga el aprendiz para atribuir sentido a su proceso de aprendizaje, contemplando elementos como:

- Intención de vincular el conocimiento previo con el nuevo.
- La percepción que se tiene de la institución educativa y el maestro.
- Las expectativas que se ha generado el aprendiz frente al proceso de enseñanza.
- La motivación que vincula al proceso de enseñanza.
- La capacidad para utilizar las diferentes estrategias de aprendizaje.

Por lo tanto, se involucran en el proceso de aprendizaje significativo aspectos externos al estudiante frente a las metodologías y recursos en los que se apoyan los docentes en su enseñanza, como las aptitudes y actitudes que poseen los aprendices para asimilar, dar sentido y significado a la información que se le es entregada.

Es importante entender la sociedad y el contexto en el que se desenvuelven las personas, para generar herramientas e instrumentos necesarios que incentiven la formación del perfil emprendedor y el desarrollo de una capacidad innovadora, con el fin de formar habitantes con bases suficientes para transformar su alrededor, esto es posible si se da una reestructuración en el sistema educativo actual (Leguizamón, 2011).

Si bien es cierto, la educación está en pleno cambio, ahora lo necesario es una aplicación práctica, donde las personas puedan desarrollar sus habilidades personales y puedan trabajar de una forma adecuada.

Una mínima parte de los emprendedores en cuanto a nivel educativo se refiere, tienen una maestría o doctorado, la mayoría cuenta con estudio de pregrado (Contin, Larraza y Mas, 2007). El rol que deben desempeñar las universidades como promotoras de innovación y emprendimiento es fundamental, pues se convierten en focos que atraen talentos del mundo, elevan la capacidad de los emprendedores generando crecimiento económico y dinamizando de esta forma la economía a nivel país.

Por esto las universidades deben fomentar el emprendimiento en cuanto a generación de nuevo conocimiento se refiere, para ello el direccionamiento de la educación en un nivel superior. En las maestrías no se debe perder el proceso que desde el pregrado comienza a generarse en los estudiantes, respaldando así las actitudes y conocimientos necesarios de forma transversal sirviendo de base la educación. Se podría concluir que para crear empresas de calidad se debe ir de la mano con el modelo educativo que se propone desde las universidades que conforman dicho sistema y de esta forma crear un esfuerzo mayor para aumentar la capacidad empresarial a nivel de posgrado.

En este orden de ideas, el emprendimiento debe ir obligatoriamente ligado a la educación y debe ser desarrollado en todos los ámbitos, tanto en el entorno educativo, empresarial, como en el personal. En últimas lo que se busca es lograr, que el tema de emprendimiento sea considerado como un elemento estratégico en el mejoramiento continuo de cada región y de esta forma aprovechar cada uno de los beneficios que trae consigo el desarrollo. El papel clave para lograr este proceso está en manos de las instituciones educativas quienes tienen bajo su responsabilidad la preparación de estudiantes capaces de enfrentar un sin número de variables que arroja el mundo globalizado y competitivo como en el que nos encontramos en este siglo, utilizando las herramientas dadas para aportar al desarrollo económico y social de un país.

Para Castellanos, Chávez y Jiménez (2003), es necesario que la universidad, privada y pública, tenga la capacidad de autodefinirse académicamente, la posibilidad de elegir los contenidos conceptuales acordes con sus necesidades y las de la sociedad, a manera de productos académicos, y llegar a ser líder en políticas educativas acordes al desarrollo.

## **7.5. Emprendimiento en la Universidad Autónoma de Manizales**

La Universidad Autónoma de Manizales, ha sido desde su fundación (1979) la Universidad de las Empresas, este nombre es atribuido gracias a la formación que lo largo de los años ha brindado a sus estudiantes. En un inicio aquellos estudiantes que hacían parte de los programas empresariales realizaban un plan de negocios como prerrequisito para obtener su título de grado, después las materias de emprendimiento se habían vuelto transversales a todos los programas de la Universidad.

Lo anterior lleva a que en el año 2007 se creara la “Unidad de Emprendimiento UAM BUSINESS y para el año 2012 la UAM en alianza con todas las instituciones que trabajan el emprendimiento en la ciudad y Fundación Luker, adoptaron el modelo de emprendimiento “pensamiento y acción emprendedora (Entrepreneurship Thought and Action, ET&A®)” de la Universidad Babson College”. Esta transferencia de metodología transformó los lineamientos de asesoramiento a emprendedores, el contenido curricular y la metodología de enseñanza del emprendimiento, pasando de un enfoque al plan de negocios a un enfoque practico orientado a la puesta en marcha del negocio.

En la Unidad UAM BUSINESS, los emprendedores de la comunidad UAM (estudiantes, empleados y graduados) desarrollan empresas de alto impacto; allí encuentran apoyo en el desarrollo de sus ideas tanto en recursos físicos como en las diferentes asesorías que se les prestan por parte de expertos en cada tema. Con el propósito de contribuir y desarrollar empresas dentro de la Universidad, la Unidad UAM-Business tiene como objetivo, aportar conocimiento y difundir metodologías para la creación de empresas en todos los sectores, además de

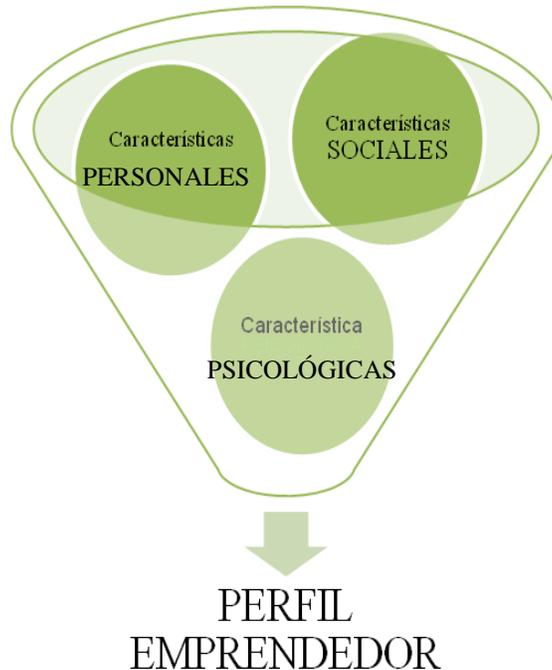
realizar actividades que vinculen a los emprendedores de la UAM con las diferentes empresas de la región. Presta servicios de capacitación, asesoría de expertos, orientación y apoyo para la creación de empresas, recursos físicos, respaldo de la Universidad para conseguir financiación, información sobre oportunidades. Como se puede observar la Universidad Autónoma de Manizales a través de la unidad de emprendimiento -UAM-Business, brinda a la comunidad académica la formación y apoyo necesarios para desarrollar el espíritu emprendedor, con miras a generar beneficios no solo para la comunidad educativa sino también para la sociedad.

#### **7.6. Características del Perfil Emprendedor**

Son diversas las características que posee una persona con espíritu empresarial (Varela, 2001), dentro de las que se encuentran la capacidad de identificar oportunidades de negocio, la capacidad de responder a esas oportunidades o necesidades con ideas creativas e innovadoras, motivación para emprender nuevas acciones según las oportunidades detectadas y sus capacidades y por último, mantener constancia en las acciones emprendidas.

Se ha intentado definir al emprendedor por sus rasgos de personalidad y características. Dentro de las cuales se mencionan algunas, tales como: la necesidad de logro, trabajo en equipo, propensión a asumir riesgos, liderazgo, confianza, creatividad, honestidad, entre otros (Gartner, 1989).

Ilustración 1. Componentes del perfil emprendedor



Las anteriores características que conforman el perfil emprendedor se encuentran enmarcadas dentro de los procesos de emprendimiento que sufre cada individuo, las cuales serán analizadas desde las diferentes perspectivas de algunos autores, de tal manera que se pueda comprender el verdadero impacto que estas poseen dentro del proceso emprendedor y desde la gestión de los mismos, comprendiendo desde los puntos de vista conceptuales, la importancia que estas poseen para el cumplimiento de los objetivos de acuerdo a los proyectos y estrategias establecidas desde el perfil del sujeto que va a llevar a cabo el emprendimiento.

#### **7.6.1. Características Personales**

Las características personales hacen referencia al conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor, y que le permiten movilizar y mantener su gestión empresarial. Dentro de estas características se

pueden encontrar la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad.

- *La autonomía como fundamento y promotor del emprendimiento*

Para Guariglia (1999), existen dos tipos de autonomía, la autonomía postulada y la autonomía realizada. El primer tipo de autonomía es aquella de la cual es dotado cada ser humano dentro del marco legal que lo protege en la sociedad, por lo tanto, es de carácter universal y está relacionada con los derechos humanos.

Por otra parte, la autonomía realizada, resalta la oportunidad que tiene todo ser humano de llevar a cabo su vida de la manera que considere es la adecuada y le genere felicidad, teniendo en cuenta sus capacidades personales e intelectuales.

Desde otra perspectiva, autores como Honneth citados por Fascioli(2008), construye un concepto de autonomía personal desde una perspectiva intersubjetiva, que implica desprenderse del tipo de autonomía que privilegia el individualismo. La autonomía propuesta desde la intersubjetividad, se basa en un reconocimiento del otro y los otros, sin perder la importancia que tiene para cada persona el desarrollo de competencias de agencia como el auto-respeto, autoconfianza y la autoestima, que se constituyen en la base de la autonomía personal.

De esta manera, se presenta la autonomía realizada como una ejercicio consiente que realiza el ser humano en busca de su propio desarrollo, involucrando sus capacidades y las posibilidades que presente el contexto de actuación, además de la autonomía personal como la capacidad de reconocerse en su individualidad, pero además de co-construirse en interacción con otros trascendiendo el individualismo. Estos elementos de orden conceptual, permiten valorar desde la percepción de los graduados, en qué medida cuentan con el desarrollo de este tipo de autonomía, y si las instituciones educativas aportan a su fortalecimiento dentro del proceso de formación.

De acuerdo con Sánchez (2003), la autonomía se constituye en una necesidad más marcada para las personas emprendedoras; de igual manera, considera que el ser emprendedor tiene una influencia directa y positiva en la autonomía de una persona, debido a que al observar el cumplimiento de metas, resultado del propio esfuerzo en su gestión empresarial hace que las personas reconozcan sus capacidades y sean más seguras de sí mismas, insumo fundamental para el fortalecimiento de la autonomía y la toma de decisiones, evidenciando de tal manera que la autonomía “proporciona una gran satisfacción a quienes la logran, porque les responsabiliza sobre la dirección de sus vidas. Construyen valores, comportamientos y objetivos propios teniendo como parámetro los definidos socialmente, lo que les lleva a vivir más plenamente” (Sánchez, 2003, pág. 80).

La revisión de literatura evidencia por lo tanto una complementariedad, en la medida que aborda la autonomía como soporte fundamental para un emprendedor exitoso, pero además como el resultado de dicho proceso de emprendimiento, que permite al ser humano sentirse satisfecho y seguro frente al rumbo que diseña para de su vida y futuro.

- *Toma de decisiones y el emprendimiento*

Para Bohome(2009), la toma de decisiones constituye un proceso racional, y una actividad que los individuos desarrollan frente a las situaciones que se presentan en su vida. Para la toma de decisiones Bohome(2009) citando a Simón, presenta tres momentos, que implican a) realizar selección de las situaciones más relevantes a atender; b) iniciar con la búsqueda de posibles alternativas de solución según los recursos poseídos, tanto personales como del entorno; c) y por último, selección de las mejores alternativas de solución que permitan atender de la mejor manera la situación presentada.

En esta misma perspectiva, se mencionan algunos factores que intervienen en la toma de una decisión, dentro de los que están según Simón en Bohome, 2009:

- ✓ Los niveles de aspiración: El individuo realiza una evaluación de lo que posee, lo que está en capacidad de lograr según sus capacidades, y por

último, realiza una comparación frente a qué tienen otros individuos que está en su misma posición.

- ✓ Las expectativas que se generan sobre los niveles de aspiración: De acuerdo al resultado de la evaluación personal y comparación con otros individuos, se generan unas expectativas frente a los alcances que se pueden tener.
- ✓ Detenimiento en aspectos relevantes: en esta etapa el individuo realiza un estudio de la situación prestando mayor atención a los aspectos más relevantes, dando paso a la búsqueda de estrategias que permitan lograr el fin propuesto, y excluyendo los aspectos que no son importantes para el proceso de decisión.
- ✓ Conocimiento sobre la situación o tema: aquí se privilegia el conocimiento y la experiencia que los individuos adquieren en el manejo de determinadas situaciones, y por lo tanto, lleva a la toma de decisiones más rápidas y asertivas.

Complementando los planteamientos anteriores, Cortina (2003) menciona que la toma de decisiones debe estar acompañada de un ejercicio reflexivo, que implica identificar los pros y contras de cualquier elección que se tome. Todo este conjunto de elementos evidencia como la toma de decisiones, se constituye en un ejercicio racional que implica deliberación, carácter, conocimientos, entre otros, para optar por el mejor camino ante las situaciones que se presentes, por esta razón, se constituye en un elemento de apoyo fundamental en los procesos de emprendimiento.

A nivel organizacional autores como Díaz (2011) resaltan la importancia de la toma de decisiones, y considera que esta no sólo debe estar basada en el factor costo-beneficio, sino que además debe estar permeada por un componente ético, permitiendo identificar los efectos que en otros puede tener la elección realizada, de ahí que considere que “la decisión con ética es el arte del gerente virtuoso” (Díaz, 2011, pág. 325). En este sentido, el autor vincula al proceso de toma de

decisiones en la responsabilidad empresarial y referencia a Postel y Rousseau cuando aclaran que “está en nuestra capacidad de discutir de lo que es justo donde nace la posibilidad de una organización política justa” (Díaz, 2011, pág. 324), implica entonces una toma de decisiones éticas que promueva la identificación de los efectos que una elección puede tener en otros individuos, y no solo privilegiando los factores de éxito de tipo material y económico.

- *Responsabilidad y emprendimiento*

Según Arroyo (2004), la responsabilidad alude a la capacidad y habilidad que tiene un individuo de identificar y aceptar las consecuencias que traen sus acciones, por lo tanto, menciona que un individuo responsable está en la capacidad de reflexionar frente a los efectos positivos y negativos de sus actuaciones. Por tanto, un individuo responsable es consciente de la influencia que puede tener sus decisiones y actos en la vida e integridad de un colectivo, lo que implica que la toma de decisiones esta soportada en la idea de no afectar a otros.

En los últimos tiempos para Orrego (2008) el término de responsabilidad ha permeado los escenarios tanto sociales como empresariales, dando paso incluso a la denominada responsabilidad social empresarial, que implica organizaciones fundamentadas en una ética social, cuya objetivo no solo busque la generación de riqueza económica, sino además que se ocupe de crear equilibrios a nivel social e incluso ambiental. En cierto modo, la autora considera que cualquier iniciativa de emprendimiento deberá estar soportada en la equidad, el respeto, tolerancia, entre otros.

La responsabilidad social puede ser definida como el conjunto de compromisos y obligaciones éticos y legales que surgen para todos los miembros de una organización a nivel económica, ambiental y social, que deben ser asumidos por el individuo que pone en marcha una acción emprendedora, desde que inicia su propuesta hasta que obtener empresas viables y sostenibles(Orrego, 2008).

Cortina (2003) plantea una ética solidaria, donde el ser humano reconoce el impacto que sus acciones han tenido en el deterioro de la sociedad y el planeta,

pero además donde este se proyecta como un actor en la construcción de alternativas de solución, lo que implica que la responsabilidad solidaria se plantee como una respuesta a los actuales problemas que enfrenta la humanidad. Así pues, el emprendimiento se puede entender como una estrategia soportada en la responsabilidad solidaria, que busca atender necesidades socioeconómicas de una región o país y que por lo tanto, aporta al desarrollo de las sociedades.

- *Creatividad como soporte del emprendimiento*

El estudio de la creatividad ha sido orientado principalmente por el campo de la psicología, la gerencia y la económica según López(2008) citando a (Gaglio and Taub, 2001; Kirzner, 1979; Hills y otros, 1999; Amabile, 1997; Lumpkin y Lichtenstein, 2005); es así, como desde el ámbito organizacional la creatividad juega un papel relevante, teniendo en cuenta que es el principal insumo para la creación de nuevas ideas y el fomento de procesos de emprendimiento López (2008). Desde esta misma perspectiva, Amabile (1997) define la creatividad como la capacidad de crear ideas novedosas y útiles para una persona o grupos.

De igual manera, Flores y Méndez (2010) consideran que la creatividad es una “condición esencialmente humana, presente en todas sus actividades, desde las más simples hasta las más complejas”, por lo tanto, hace parte de la vida cotidiana de las personas y está relacionada con la originalidad, fluidez, pensamiento divergente y flexibilidad.

En esta misma línea, se plantea que la creatividad es la causante del éxito en los procesos de emprendimiento e incluso se ha llegado a denominar como sinónimo del mismo, (Csikszentmihalyi, 1997 en López, 2008), resaltando la importancia de la creatividad en el impulso de proyectos empresariales o la orientación al crecimiento.

Por otra parte, autores como (Chen y otros, 1998; Csikszentmihalyi, 1997; Hills y Shrader, 1998; Hills y otros, 1999; Howell y otros, 2005; Kanter, 2000; Kuratko y

otros, 2005; Sternberg, 2004; Hansen y otros, 2006) en López (2008), definen un tipo de creatividad denominada descubridora, que para ellos se relaciona con el conocimiento y la experiencia que los emprendedores van obteniendo a través de los diversos proyectos que inician y resultan exitosos, que van generando entusiasmo, motivación para emprender nuevos proyectos con éxito y actitud positiva.

En igual forma, Amabile (1998) menciona que la creatividad tiene tres componentes como son: la motivación, la capacidad de pensar flexible e imaginativamente y la pericia. Lo anterior indica la conjugación de conocimiento técnico/procedimental y el saber teórico con la flexibilidad para afrontar las situaciones que se presenten, además de involucrar unas características desde el ser, como la motivación que impulse la realización de nuevas acciones o creación de ideas para atender las demandas que presenta determinada realidad.

En complemento a lo anterior, Flores y Méndez (2010) señalan que la creatividad se relaciona con la capacidad que tiene una persona de para solucionar problemas, a través de la elaboración de ideas originales que se conviertan en nuevas estrategias de solución.

Teniendo en cuenta la revisión de literatura, se puede establecer la importancia que tiene la creatividad en los procesos de emprendimiento, estableciéndose como una de las características personales más relevantes en la formación del perfil emprendedor.

### **7.6.2. Características Sociales**

Las características sociales van encaminadas a la búsqueda del bien común, es decir, se ponen de manifiesto en el perfil de una persona emprendedora cuando interactúa en su contexto, con el fin de impulsar el crecimiento sostenible en la región que se desarrolla el emprendimiento. Algunas de estas características son:

Liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad (Gartner, 1989; Congreso de la Republica de Colombia- Ley 1014, 2006).

- *El liderazgo*

En el perfil emprendedor se contemplan elementos como el liderazgo para promover el desarrollo de iniciativas emprendedoras en organizaciones establecidas y emergentes, de igual forma una cultura emprendedora con la cual se desarrollen ideas creativas sustentadas en la innovación (van Rensburg, 2013).

Según Varela (2001) el liderazgo se entiende como la capacidad de ser aceptado por los compañeros del equipo de trabajo en el momento de compartir ideas y acciones, fortaleciendo los canales de comunicación y de empatía entre los mismos, facilitando de esta forma el proceso de socialización de las ideas generadas en un colectivo.

No obstante, “el liderazgo, es una relación social que expresa y representa los sentimientos y aspiraciones de específicas colectividades, de ningún modo desarraigado del devenir de la organización, ni del medio social e histórico de las sociedades” (Huaylupo, 2007).

Por otro lado, Palomo (2007) hace referencia al liderazgo como un proceso de influencia ejercido por el creador de negocio dentro de un grupo de trabajo organizado, para poder alcanzar de forma efectiva un objetivo planteado previamente, mediante la orientación de una visión compartida entre los integrantes de la organización y el surgimiento de nuevas estrategias que permitan el cambio de pensamientos.

Así mismo Konntz y Wehrich (1998), definen el liderazgo como la capacidad que posee un creador de empresas para unir equipos de trabajo de manera que se puedan alcanzar las metas y objetivos organizacionales, debido a la aplicación de sus habilidades, su capacidad de inspirar y la orientación al logro de los

integrantes de la organización y la facultad de establecer ambientes propicios de trabajo en pro del desarrollo.

Estrada (2006) propone que el liderazgo es el arte mediante el cual, el individuo que desea emprender una idea de negocio alcanza integrar a las personas en función de las actividades propuestas por él de una manera voluntaria y comprometida, con el propósito de alcanzar los objetivos de la organización, para ello es necesario tener presente que dicho individuo debe poseer características tales como: visión estratégica, compromiso con los procesos de la organización, necesidad de logro e identificación de oportunidades.

- *El Trabajo en Equipo*

De acuerdo con Franco y Velásquez (2000), se podría decir que el trabajo en equipo se caracteriza por la integración de un grupo de personas con habilidades diferentes, las cuales se encuentran comprometidas por unos propósitos o metas comunes en función de su alcance. Así pues, la capacidad de trabajo en equipo, se convierte en un factor primordial en el perfil emprendedor permitiendo el alcance de los proyectos y objetivos organizacionales, pues en la gestión encontrará coherencia tras la aplicación de lineamientos construidos con la participación de los grupos de interés que la conforman, construyendo de esta forma propuestas comunes para la consecución de metas efectivas.

Desde otra perspectiva, Castaño, Lanzas y López (2007) plantean que “las ventajas que aportan los sistemas de trabajo en equipo a nivel organizacional no son suficientes; si no se analizan beneficios que aportan a los integrantes de los equipos como son la satisfacción de las necesidades de reconocimiento, pertenencia, la facilitación del desarrollo personal y profesional de sus miembros, mediante el apoyo y la retroalimentación que brindan sus compañeros; pues son ellos los que actúan como fuerzas impulsoras de su desarrollo y transformación (pág. 369).

En este sentido, Puga y Martínez (2008) proponen que el trabajo en equipo es una habilidad del creador de empresas, ya que esta se ha convertido en una estrategia primordial para el mejoramiento organizacional, debido a que el individuo al enfrentarse al trabajo en equipo debe convertirse en un facilitador de gestión, al permitir la participación de los integrantes de la organización y la confianza que este posee sobre los mismos para el desarrollo conjunto de políticas y directrices.

En consecuencia, Hellrieger, Jackson y Slocum (2002) argumentan que el emprendedor mediante el trabajo en equipo, genera espacios suficientes para que los integrantes de la organización contribuyan en su desarrollo, entendiendo que este debe tener las herramientas necesarias para reconocer y valorar la participación de los individuos que conforman los equipos de trabajo, y de igual forma debe reconocer las fortalezas y aptitudes que estos poseen, además, es importante comprometerse con la dirección efectiva de las actividades desarrolladas dentro de los equipos de trabajo establecidos, todo esto en función del alcance efectivo de los objetivos organizacionales. En efecto, para crear y fortalecer equipos de trabajo orientados al cumplimiento de los objetivos de la organización de cara a obtener un buen clima laboral, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: la confianza en los equipos de trabajo, compromiso y capacidad de coordinación, aceptación de la participación e integración de los equipos dentro de los procesos de la organización, persuasión sobre la importancia de dichos equipos de trabajo, conocimiento de las fortalezas y debilidades de las personas que integran los equipos de trabajo (Puga y Martínez, 2008).

#### - *La Solidaridad*

Se entiende como la búsqueda del beneficio común, la responsabilidad hacia los otros, o bien, como un compromiso comunitario. La solidaridad, puede ser vista como un factor que puede determinar la acción exitosa (Malavé y Piñango, 2012).

Uno de los rasgos o perfiles que caracterizan a los emprendedores es sin duda alguna la solidaridad, entendida como la “búsqueda del bien común, o como responsabilidad hacia sus semejantes, o bien como compromiso comunitario” (Bilbao y Pachano, 2002, pág. 25). Desde esta perspectiva se puede decir que la solidaridad es un factor influyente para la consecución de metas exitosas y del accionar correcto de toda persona que emprende una acción, por ende, las personas emprendedoras constantemente están construyendo relaciones para crear redes con individuos que comparten intereses y conocimientos desde sus ideas de negocios o en su defecto en emprendimientos ya constituidos.

### **7.6.3. Características Psicológicas**

Las características psicológicas están dadas por la influencia de valores culturales y sociales (Liñán, 2004), factores socioeconómicos que recaen sobre el individuo y la formación que finalmente recibe el mismo, dichas características son: Necesidad de Logro y Minimizar Temor al Riesgo.

#### *- Necesidad de Logro*

Se constituye en una característica principal del perfil emprendedor la necesidad de logro o motivación de logro (Calderón, 1999), debido al comportamiento que desarrollan los individuos que tienen dichos rasgos en sus actividades, dado al interés que estos demuestran durante el proceso de emprendimiento, con el fin de conocer sus falencias y encaminar sus actos hacia unos objetivos claros que permitan alcanzar grandes logros en su trabajo profesional (Varela, 2001; McClelland, 1961; Veciana, 2005).

Los emprendedores se identifican por poseer alta orientación al logro que les impulsa a estar mejorando constantemente, esta motivación al logro está dada por la necesidad de obtener resultados satisfactorios toda vez que ejecuten su papel como emprendedor. Esta característica va de la mano con la confianza en sí

mismo, con una actitud de competencia, por esto, para Morris y Maisto (2005) los individuos con alta orientación al logro tienen mayor esperanza de alcanzar el éxito que incurrir en el fracaso, pero de antemano son personas que se esfuerzan por ser persistentes cuando se presentan situaciones difíciles.

En tal sentido, los criterios expuestos por Padrón y Sánchez (2010) hacen referencia a que los individuos con alto impulso de logro desean realizar algo mucho mejor y de una manera más eficiente que como lo habían realizado anteriormente, les gusta alcanzar el éxito con esfuerzo más no por casualidad, anteponen el reto de trabajar con un dificultado problema y se someten a la responsabilidad personal del éxito o el fracaso.

- *Minimizar el Riesgo*

Según los resultados de su investigación Calderón (1999) sintetiza elementos fundamentales a considerar:

*Sin duda que el emprendedor debe asumir riesgos, lo cual no significa aventurarse (aunque el 56% de los encuestados dicen hacerlo); es ante todo un comportamiento racional de búsqueda de información y consulta de expertos para reducir la incertidumbre, aunque un porcentaje significativo (83%) afirma guiarse por la intuición y la experiencia. Es importante mencionar que un 33% de los creadores de empresa reconoce que no evalúa la posibilidad de fracaso (pág. 67).*

Otro aspecto importante a tener en cuenta en el campo del emprendimiento es la ecuación del éxito: riesgo contra recompensa, que condiciona el proceso de la persona que está llevando a cabo la actividad emprendedora debido a los factores de ambigüedad e incertidumbre que siempre estarán presentes en dicho proceso pues naturalmente generan riesgo, convirtiéndose la creatividad en la herramienta primordial en este tipo de escenarios (Varela, 2001).

Dando una mirada a los estudios realizados en América Latina sobre emprendimiento se podría concluir que muchas personas sin la vocación ni el talento empresarial inician empresas de subsistencia sin viabilidad de mediano o largo plazo o terminan en el autoempleo de subsistencia y de baja de calidad, esto debido a la situación social que se vive en la mayoría de países ubicados en Centroamérica y Suramérica (Kantis, Angelelli y Moori, 2004), por otra parte existe la otra cara de la moneda al percibir individuos con el perfil y el talento emprendedor que no alcanzan a materializar su idea de emprendimiento por falta de motivación y de entornos facilitadores del proceso, esto hace parte de perfil psicológico de una persona emprendedora.

El miedo al fracaso no hace parte de las cualidades del emprendedor, porque ve las dificultades como aprendizaje, enseñanza con orientación al éxito (Mohd y Mohammad, 2009; Palich y Bagby, 1995), con el fin de alcanzar un equilibrio personal y profesional, lo que permitirá mantener al emprendedor en pie.

Simultáneamente, Rodríguez (2009), manifiesta que de acuerdo con el nivel de incertidumbre y el riesgo, el individuo que desempeña su actividad en el campo del emprendimiento pretende tomar las decisiones más acertadas con el fin de aprovechar las oportunidades que se puedan presentar, apoyado en su pensamiento creativo e innovador para la elaboración, el mejoramiento y la transformación de bienes y servicios, con el fin de exponerlos al mercado, decidiendo sobre sus características y especificaciones. En este contexto, las decisiones son producto de las representaciones o mentalidades sobre la forma de percibir las oportunidades de innovación, de creación y de negocio.

Dados los planeamientos anteriormente mencionados, se concluye que las personas con cierta frecuencia generan un cuestionamiento en particular ¿el emprendedor nace o se hace? Pues bien, los teóricos consideran que es una mezcla de ambos aspectos. Ya que poseer atributos inherentes de la personalidad de los individuos emprendedores generan un impacto en su entorno, en la economía y en la región en la que se desenvuelven. Pero algo si queda claro de todo esto, la mezcla de factores exógenos tales como los culturales, familiares y

laborales permiten potencializar dichas habilidades (Marulanda, Correa y Mejía, 2009).

### **7.7. Características Sociodemográficas de los Emprendedores**

Existen factores demográficos y económicos que inciden sobre la decisión personal de ser emprendedor como el género, la edad y el nivel educativo (Arenius y Minniti, 2005).

#### *- Emprendedores según el género*

El informe GEM (2010) determina que el emprendimiento depende del género, considerando en mayor cantidad la actividad masculina, pues si bien es cierto la inclusión de la mujer en el mundo laboral fue tardía y este hecho se manifiesta en los empresarios de hoy; se indica entonces, que la tasa de actividad empresarial en los hombres es convincentemente mayor a la de las mujeres debido al comienzo anticipado que los hombres tuvieron en el campo profesional / laboral. Del mismo modo, Moriano y otros (2006) encontraron que el género está directamente relacionado con la intención o espíritu emprendedor.

Bajo este enfoque, Daza, Mosquera y Arias (2010) resaltan la facilidad que tienen los hombres para detectar e identificar oportunidades de negocio en comparación con las mujeres, pues los autores encontraron que las mujeres temen más al fracaso y aquellas que emprenden lo hacen más por necesidad.

Desde otra perspectiva, Arenius y Minniti (2005) establecen que las mujeres que tienen un nivel de educación de secundaria, cuentan con mayor probabilidad de iniciar su emprendimiento a comparación con los hombres que cuentan con el mismo nivel de educación.

- *Emprendedores según la edad*

Una de las características demográficas que forman la base del perfil del emprendedor es la edad, evidenciándose mayor participación en los jóvenes, pues son ambiciosos y poseen menos temor al riesgo (Cuervo, Ribeiro y Roig, 2006), se podría decir que esta situación se debe impulsar mediante programas que estimulen el espíritu empresarial para este segmento de la población facilitando de esta forma el proceso de creación de empresa.

Otro punto de vista se fundamenta al entender que el emprendedor tiende a tener más edad que el empleado, esto se debe a la necesidad de adquirir experiencia previa y obtener algunos recursos antes de tomar la decisión de crear empresa (Arenius y Minniti, 2005).

- *Estrato socioeconómico y emprendimiento*

La relación existente entre el emprendimiento y el estrato socioeconómico específicamente en la clase media, se convierte en una fuente o alternativa principal para el desarrollo económico personal y como consecuencia de lo anterior se general movilidad en la economía de los países que impulsan este tipo de prácticas.

Para la Universidad de General Sarmiento en Argentina, a través de su Programa de Desarrollo Emprendedor (Prodem) en su estudio “La Clase Media Emprende: una Visión Regional y una Comparación Internacional”, pone de manifiesto que gran parte de los empresarios de clase media presenta un buen nivel educacional. Más de dos tercios (67%) son graduados universitarios o tienen posgrado o educación superior. Pero esta proporción es menor que en la clase más acomodada, en la cual 78% tiene un título universitario o una mejor calidad de enseñanza. A diferencia de los empresarios de la clase social más baja, los cuales presentan un menor nivel educativo (45%).

Más de la mitad de los emprendedores (57%) de clase media, han trabajado antes como empleados, principalmente en pequeñas y medianas empresas (Pymes). En

tanto, es más común entre los empresarios de la clase más acomodada, (44%) tener experiencias previas en emprendimientos. En América Latina, las familias de los emprendedores de clase media tienen menor notoriedad en el mundo empresarial que la de los más ricos (Mundo Alma, 2014).

Según Garazi (2011), los factores del entorno familiar influyen directamente en la intención de generar procesos de emprendimientos, impulsado por un hecho que ellos denominan “exposición previa”, relacionada con la posibilidad que tiene un sujeto de ver el espíritu de emprendimiento materializado en sus padres o en algún familiar, y este a su vez está relacionado con el estrato socioeconómico al cual pertenece. En esta misma perspectiva, (Krueger, 1993) en Garazi (2011), considera que en una familia de nivel socioeconómico medio, cuyos padres han sido emprendedores, se tiende a tener hijos con una percepción más atractiva frente al emprendimiento como una alternativa de vida y profesional.

Por otra parte, Ordeñana y Arteaga (2012) resaltan la relación dada entre los emprendedores de clase media y características o habilidades personales tales como: el logro de objetivos, creatividad y toma de decisiones, en comparación con los emprendedores de clase alta ya que son valorados especialmente por su capacidad de tomar decisiones, resolución de problemas y el pensamiento creativo. Se podría complementar lo anterior al resaltar que el logro de las metas y habilidades de comunicación se presentan con mayor frecuencia en emprendedores de clase media, en comparación con los de clase alta.

Lo anterior, evidencia que son diversos los factores que intervienen en la formación del perfil emprendedor, y más aun en la materialización de ideas emprendedoras, ya que este hecho no depende solo de las habilidades y actitudes que el sujeto desarrolle dentro de su formación profesional, sino además, una serie de características sociodemográficas que orientan, impulsan o limitan las intenciones de emprender.

## 7.8. Manizales Más

Manizales Más<sup>2</sup> es el programa de fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento en Manizales. Manizales Más es una alianza entre entidades públicas, privadas y académicas, bajo la metodología y acompañamiento de Babson College, universidad número uno en el tema de emprendimiento, bajo la premisa de *pensamiento y acción*. Dentro de esta alianza se encuentra la UAM.

La Visión de Manizales Más es convertir a Manizales en un imán para emprendedores externos e internos, creando oportunidades importantes para todos, basados en un ecosistema de emprendimiento que ayude a los emprendedores a *crear* en ellos mismos, *crear* valor para los clientes y *crecer* fuertes, con orientación global.

Su meta es contribuir al cambio de la economía regional a través de un número sostenible de empresarios nuevos y acelerados a lo largo del tiempo. Para lograr esto, Manizales Más construye capacidad permanente para el crecimiento de las empresas, empodera a los emprendedores a lograr más de lo que ellos esperan, permite que los actores del ecosistema de emprendimiento generen nuevos programas para impulsar el emprendimiento, desarrolla modelos exitosos a seguir, experimenta y ensaya en el transcurso del proceso, lograr victorias tempranas y resultados medibles de largo plazo.

Manizales Más tiene la siguiente composición:

- Dos cohortes de empresas de alto potencial en proceso de fortalecimiento.
- 25 mentores con más de 30 años de experiencia en un programa de mentoría creado con el MIT.
- 12 curriculums universitarios revisados y en transformación.
- Más de 140 stakeholders formados en emprendimiento de alto potencial.
- 110 profesores universitarios formados en emprendimiento de clase mundial y en estudio de casos de emprendimiento.

---

<sup>2</sup> Manizales Más (2013). Tomado de la página web <http://www.manizalesmas.org/formacion-empresarial>: <http://www.manizalesmas.org/>

- 120 empresarios hicieron contactos en el MeetUp.
- 21 personas (comité directivo, empresarios, banca, gobierno, academia) formados en Babson College.
- 45 líderes de la ciudad en “Emprendimiento: pensamiento y acción emprendedora.”

### *Manizales Más (2013) y su formación empresarial*

**Empresarial:** Busca apoyar el crecimiento de los emprendedores con acompañamiento de mentores con experiencia

**Programa de Empresas de Alto Potencial –Hpv:** Busca incrementar la capacidad del ecosistema de emprendimiento acompañando empresas que estén en crecimiento. Las Empresas de Alto Potencial HPV que hacen parte del programa reciben capacitaciones y beneficios del desarrollo y fortalecimiento del ecosistema, participación en actividades y eventos.

**Programa Académico:** Promueve la expansión de la filosofía Pensamiento y Acción en las universidades de Manizales y población en general. Trabaja en la creación de un centro de emprendimiento SUMA. Transforma y fortalece los contenidos curriculares de las universidades pertenecientes a SUMA utilizando las lecciones de Babson College. Transforma a través de entrenamientos a los docentes SUMA la metodología de enseñanza del emprendimiento en la ciudad.

**El Mundo Emprende Más:** Es un programa que trae a Manizales empresarios de Latinoamérica y el extranjero con el propósito de:

- Exponer a empresarios de Manizales historias empresariales que sean alcanzables y sirvan de inspiración.
- Entregar insumos y mentoría por parte de los empresarios visitantes a algunas empresas manizaleñas.

- Construir conexiones para actividades de 'networking' futuras fuera de Manizales.
- Llevar el mensaje a mercados fuera de Manizales, en Colombia y otros países, que Manizales está experimentando una transformación empresarial y que esperamos que haya un aumento en la actividad empresarial en los próximos años (Manizales Más, 2013).

Lo anterior fortalece la iniciativa empresarial tanto para aquellos individuos que iniciaron su camino en el campo del emprendimiento como para aquellos que apenas comienzan. Es allí, donde la Universidad Autónoma de Manizales juega un papel fundamental, promoviendo en sus estudiantes contenidos curriculares basados en la metodología de la Babson College.

## **7.9. Criterios de Evaluación de Cursos de Espíritu/Perfil Empresarial**

### 7.9.1. Suma-Babson

SUMA–BABSON presentan los criterios de evaluación aplicados a los cursos que pretenden fortalecer el espíritu/perfil empresarial orientado, por lo tanto, al emprendimiento. Para tal fin, se presentan un marco de evaluación basado en cuatro criterios:

- Orientación al crecimiento: Este criterio es valorado positivamente en los cursos que se centran en el crecimiento, liderazgo en el mercado, creación de valor extraordinario, liderazgo competitivo, orientación global, entre otros, que permiten a los emprendedores generar mayor crecimiento y valor a sus propuestas empresariales.
- Orientación Habilidad / Acción: En este ítem la valoración más alta se da a los cursos que están orientados al desarrollo de habilidades prácticas como las ventas, negociación, la construcción de equipos de trabajo y contratación de personal, en conclusión una postura de pensamiento empresarial desde la

acción. De otra parte, se le da menos valoración a los cursos que se centran únicamente en los aspectos teóricos.

- Orientación a campo: La valoración más alta se da a los cursos que presenta a los estudiantes la oportunidad de trabajar en campo y generar aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos, y que por lo tanto, participan en proyectos empresariales, tienen contacto con clientes, socios de los negocios, entre otras oportunidades, que les permite pensar y reflexionar frente a las situaciones que se presentan en la vida empresarial.
- Orientación a Beneficios: Para este criterio de evaluación se genera una puntuación alta para los cursos que hacen énfasis en la enseñanza de beneficios empresariales, con o sin componente social.

Los anteriores criterios, se constituyen en el marco referencial para indagar por los cursos que más aportan al perfil empresarial de los graduados de la Maestría de Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales.

## 8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	VALOR (Preguntas)	ITEMS
PERFIL EMPRENDEDOR	Características Personales	Hacen referencia al conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor, y que le permiten movilizar y mantener su gestión empresarial (Gartner, 1989).	✓ Autonomía	5, 6 y 7	1 2 3 4 5
			✓ Toma de decisiones	8, 9, 10 y 11	1 2 3 4 5
			✓ Responsabilidad	12, 13, 14 y 15	1 2 3 4 5
			✓ Creatividad	1, 2, 3 y 4	1 2 3 4 5
	Características Sociales	Van encaminadas a la búsqueda del bien común, impulsando el crecimiento sostenible en la región que se desarrolla el emprendimiento. (Gartner, 1989; Congreso de la Republica de Colombia-Ley 1014, 2006).	✓ Liderazgo	16, 17, 18, 19 y 20	1 2 3 4 5
			✓ Trabajo en equipo	21, 22, 23 y 24	1 2 3 4 5
			✓ Solidaridad	25, 26 y 27	1 2 3 4 5
	Características Psicológicas	Las características psicológicas están dadas por la influencia de valores culturales y sociales (Liñán, 2004), factores socioeconómicos que recaen sobre el individuo y la formación	✓ Necesidad de logro	28, 29 y 30	1 2 3 4 5
			✓ Minimización del temor al riesgo	31, 32, 33, 34, 35 y 36	1 2 3 4

		que finalmente recibe el mismo.			5
VARIABLE DE EVALUACIÓN DEL PERFIL EMPREDEDOR (SUMA – BABSON)	Orientación al Crecimiento	Criterio relacionado con el fomento del crecimiento organizacional. SUMA – BABSON.	✓ Énfasis en el crecimiento	37	1 2 3 4 5
			✓ Creación de valor extraordinario	38 y 39	1 2 3 4 5
			✓ Liderazgo competitivo	40	1 2 3 4 5
			✓ Las exportaciones	41	1 2 3 4 5
	Habilidad / Acción Orientación	Criterio que valora según la SUMA – BABSON cursos orientados al desarrollo de habilidades prácticas.	✓ Negociación de acuerdos	43	1 2 3 4 5
			✓ Ventas	42	1 2 3 4 5
			✓ La construcción de un equipo o la contratación de personal	44 y 45	1 2 3 4 5
	Orientación campo	Criterio que valora la oportunidad de trabajar en campo y generar aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos. SUMA – BABSON	✓ Trabajo de campo con clientes y socios	48	1 2 3 4 5
			✓ Desarrollar habilidades prácticas	49	1 2 3 4 5
			✓ Participación en proyectos empresariales	47	1 2 3 4

					5
	Beneficio Orientación	Criterio que valora el énfasis en la enseñanza de beneficios empresariales. SUMA – BABSON	✓ Beneficios empresariales	46	1 2 3 4 5
CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS	Género	Refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres. (OMS, 2014).	✓ Femenino ✓ Masculino	I. Información personal	Se indica con una X
	Edad	Hace relación al tiempo que transcurre posterior al nacimiento de un individuo.	✓ Fecha nacimiento	I. Información personal	Se indica la fecha de nacimiento
	Estrato socioeconómico	Es una aproximación a la diferencia socioeconómica jerarquizada. DANE (2014).	✓ Estrato 1 ✓ Estrato 2 ✓ Estrato 3 ✓ Estrato 4 ✓ Estrato 5 ✓ Estrato 6	I. Información personal	Estrato 1 Estrato 2 Estrato 3 Estrato 4 Estrato 5 Estrato 6

## **9. ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

### **9.1. Tipo de estudio**

La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo con una fase correlacional, en la medida que se quieren establecer las relaciones existentes entre el perfil emprendedor y variables sociodemográficas.

### **9.2. Población y muestra**

El total de graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales fueron 50, el 24% de los graduados obtuvieron su título en el año 2012, seguido por un 22% y 16% que se graduaron en el 2011 y 2010 respectivamente. Se empleó una muestra Censal. El periodo de medición se desarrolló entre el 15 de abril y el 20 de mayo de año 2014.

### **9.3. Procedimiento**

Para la recolección de la información, se tuvo en cuenta los siguientes pasos:

1. El diseño de la base de datos de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, se construye partiendo de la información suministrada por la oficina de registro y matrícula, siendo el puente para contactar los graduados de la universidad que participaron en la investigación.
2. La revisión y validación del instrumento de medición de la presente investigación fue llevada a cabo por dos expertos en el tema de emprendimientos vinculados a la Universidad Autónoma de Manizales, quienes realizaron los ajustes que consideraron pertinentes para dar validez al mismo.

3. A través de la oficina de graduados de la Universidad Autónoma de Manizales, se envió por correo electrónico el instrumento para ser diligenciado a cada uno de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, además se envió el formato de consentimiento informado. El instrumento fue diseñado en el programa Google Drive, buscando una respuesta ágil y en línea.
4. A través de correo electrónico, los graduados en un plazo previamente establecido hicieron llegar a los investigadores las encuestas totalmente diligenciadas.
5. Posteriormente, se realizó el análisis y discusión de los resultados.
6. Por último, se elaboró el informe final de investigación y se presentan los siguientes resultados:
  - Informe final de resultados: contiene la descripción de los hallazgos, conclusiones y recomendaciones surgidas a partir del estudio.
  - Socialización de los resultados a integrantes de la comunidad académica de la Universidad Autónoma de Manizales.

#### **9.4. Técnicas e instrumentos de Recolección de Información**

Para la recolección de la información se utilizó como técnica, la encuesta; cuyo instrumento corresponde a un formato con preguntas semiabiertas y estructuradas, adaptado del marco teórico que soporta la investigación y donde se retoman planteamientos de autores principales como Gartner (1989) y la Babson Collage. El instrumento de recolección de información fue valorado por dos expertos en el tema de emprendimiento de la Universidad Autónoma de Manizales (Dra. Julia Inés Gómez y Dr. Jairo Toro Díaz), quienes presentaron algunos ajustes de forma y contenido, que fueron efectuados posteriormente por parte de los investigadores.

Se realizó una prueba piloto a cinco graduados, para determinar por parte de los investigadores las dificultades que pueda encontrarse en su diligenciamiento.

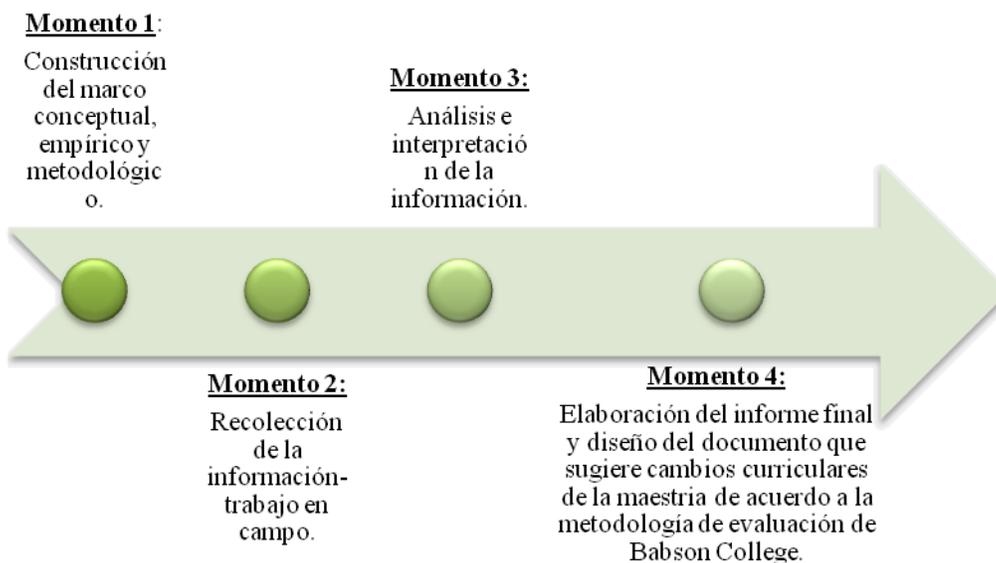
## 9.5. Plan de Análisis

El análisis de la información se realizó a través del programa estadístico SPSS. La primera etapa correspondió a un análisis univariado a través de distribución de frecuencias relativas y absolutas.

Posterior a esto, se realizó un análisis que permitió conocer la relación existente entre las variables sociodemográficas (género, edad y estrato socioeconómico) y el perfil emprendedor (características personales, sociales y psicológicas) de los graduados participantes del estudio. Para tal fin y en coherencia con el tipo de variables del estudio se aplicaron pruebas no paramétricas como el Chi cuadrado que estableció la asociación y el coeficiente respectivo para determinar la fuerza de asociación.

## 9.6. Momentos de la investigación

Ilustración 2. Momentos de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

## 9.7. Prueba de Confiabilidad

### *Prueba de Fiabilidad o consistencia interna*

Con el objetivo de establecer el grado de fiabilidad de las variables abordadas en el presente estudio, se les calculó a cada una de ellas el coeficiente alfa de Cronbach, dando una consistencia interna de (0,938) para la dimensión de Características Personales, (0,948) para Características Sociales y (0,941) en las características Psicológicas, lo que evidencia que existe una coherencia interna entre los ítems que midieron el perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios.

Tabla 2. Alfa de Cronbach de las variables

<b>Variables</b>	<b>N de elementos</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>
Características Personales	15	0,938
Características Sociales	12	0,948
Características Psicológicas	22	0,941

## 10. ANALISIS DE RESULTADOS

Tabla 3. Análisis de Resultados

ITEMS	Bajo (%)	Medio (%)	Alto (%)
Constantemente siento el impulso de crear ideas originales o diferentes.	6	10	84
Tengo habilidad para resolver las dificultades que se me presentan a través de la generación de nuevas ideas.	6	4	90
Considero que tengo un pensamiento flexible y capacidad imaginativa.	6	2	92
Considero que la formación posgradual aporta al desarrollo o fortalecimiento de la creatividad.	8	6	86
Considero que ejecutar acciones de emprendimiento permite el reconocimiento de mis capacidades y habilidades.	10	10	80
Pienso que a mayor autonomía, mayor individualismo (menos se reconoce la importancia de otros).	44	14	42
Considero que la formación posgradual aporta al desarrollo o fortalecimiento de la autonomía.	12	12	76
Cuando debo tomar una decisión, normalmente selecciono las situaciones más relevantes a atender.	2	10	88
Busco posibles alternativas de solución y me informo detalladamente frente a la situación que se está presentado.	2	2	96
La búsqueda de la solución la hago teniendo en cuenta los recursos con los que cuento o estoy en capacidad de adquirir.	2	6	92
Considero que la formación posgradual aporta a la toma de decisiones racionales y éticas.	10	6	84
Normalmente identifico las consecuencias que pueden tener mis acciones sobre mi y sobre otras persona	4	4	92
Considero que una empresa debe velar no solo por su crecimiento económico, sino que además, debe trabajar para aportar al equilibrio social y ambiental.	2	4	94
Creo que cuando se inicia una idea de emprendimiento, se adquieren obligaciones tanto legales como éticas.	4	2	94

Considero que la formación posgradual aporta al desarrollo o fortalecimiento de la responsabilidad.	10	4	86
Creo que tengo la habilidad para generar nuevas iniciativas cuando realizo trabajos en colectivo.	2	6	92
Considero que tengo la capacidad para mediar situaciones de conflicto.	4	4	92
Pienso que transmito emoción, energía, confianza a los demás.	4	4	92
Poseo visión y capacidad de convocar y movilizar a otros.	6	2	92
Considero que la formación en la maestría ha contribuido al fortalecimiento y desarrollo de mi liderazgo.	8	4	88
Tengo la capacidad de trabajar con equipos interdisciplinarios con el fin de promover su emprendimiento sin temor a compartir.	2	2	96
Genero espacios suficientes para que los integrantes de la organización contribuyan al desarrollo de un nuevo proyecto o idea.	6	6	88
Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas.	2	2	96
Creo que la formación en la maestría contribuyó al fortalecimiento de mi capacidad para trabajar en equipo.	10	10	80
Para mí es importante promover el bien común, y comprometerme con el bienestar de otros.	2	4	94
Me esmero para que otros logren cumplir sus metas.	2	6	92
Creo que la formación en la maestría contribuyó a fortalecer mi espíritu solidario.	16	14	70
Normalmente siento interés por identificar mis virtudes y falencias.	2	12	86
Busco constantemente oportunidades que me permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de mi vida.	2	0	98
Creo que mi formación en el posgrado contribuyó a fomentar la necesidad de logro.	8	6	86
Pienso que el miedo al fracaso me impide iniciar un negocio.	42	10	48
Al momento de iniciar un proyecto evaluo variables del entorno con el fin de minimizar el riesgo.	6	6	88

Con la información que obtengo a partir de la evaluación del entorno, inicio la ejecución del proyecto.	8	14	78
Considero que tengo la capacidad de asumir riesgo.	6	6	88
Creo que mi formación en el posgrado contribuyó a la capacidad para minimizar riesgos.	12	14	74
Poseo el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio o potenciar uno ya existente.	6	2	92

### **10.1. Análisis de los datos para las características personales del perfil emprendedor**

A continuación se presenta la percepción que tienen los graduados frente al desarrollo de su perfil emprendedor desde las características personales, sociales y psicológicas. Desde las características personales se contemplan dimensiones como la creatividad, encontrando que 84% de los encuestados sienten que constantemente hay un impulso por crear ideas originales o diferentes, acompañado de un 92% que perciben el desarrollo de un pensamiento flexible y capacidad imaginativa. De igual manera, desde la dimensión de autonomía los graduados en un 80% consideran el emprendimiento les ha permitido reconocer las habilidades y capacidades fortaleciendo a su vez la postura autónoma, pero además se resalta que dicha autonomía no potencia el individualismo.

Frente a la toma de decisiones como parte del perfil emprendedor definen que 88% ante la toma de una decisión se definen las situaciones más relevantes, un 96% busca posibles alternativas de solución y se informa detalladamente frente a la situación que se está presentado, acompañado de un 92% que basa la búsqueda de soluciones teniendo en cuenta los recursos con los que cuento o estoy en capacidad de adquirir. En este mismo sentido, se evidencia en los entrevistados un alto desarrollo de la dimensión de responsabilidad, mostrando que un 92% considera identifica las consecuencias que pueden tener sus acciones sobre sí mismo y sobre otras persona, además de un 94% que definen a la empresa como un ente capaz de velar no solo por su crecimiento económico del

país, sino además, aportar al equilibrio social y ambiental, desde el reconocimiento obligaciones legales y éticas de un emprendimiento.

Lo anterior evidencia que los graduados de la Maestría en Administración de Negocios perciben un alto desarrollo de características personales desde la autonomía, la toma de decisiones, responsabilidad y la creatividad, como elementos fundamentales en la consolidación del perfil emprendedor.

## **10.2. Análisis de los datos para las características sociales del perfil emprendedor**

Por otra parte, se describen las percepciones dadas por los encuestados alrededor de las características sociales vinculando el liderazgo, la capacidad para el trabajo en equipo y la solidaridad. Desde el liderazgo se encontró que el 92% tiene la habilidad para generar nuevas iniciativas cuando realiza trabajos en colectivo, acompañado de un 92% que considero posee la capacidad para mediar situaciones de conflicto, además un 92% reconoce una alta capacidad para transmitir emoción, energía, confianza que permite convocar y movilizar a otros.

De manera similar, el 96% de los encuestados reconocen tener capacidad para trabajar con equipos interdisciplinarios con el fin de promover emprendimiento, además de la capacidad para delegar tareas y verificar el cumplimiento de las misma; mientras que un 88% resaltan su habilidad para generar espacios donde los integrantes de la organización contribuyan al desarrollo de un nuevos proyectos o ideas.

De igual manera, se puede observar como la solidaridad se configura en una dimensión relevante a la hora de caracterizar el perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Maestría en Administración de Negocios, y que según los encuestados cuenta con un alto nivel de desarrollo evidenciando que un 94% percibe como importante promover el bien común y comprometerse con el bienestar de otros, además un 92% el preocuparse de que otros cumplir sus metas.

Es así como se puede observar, que dentro de las características del perfil emprendedor, no solo se favorece el crecimiento personal desde la autonomía, el liderazgo, la toma de decisiones, entre otros, sino que además permite la complementariedad y formación grupal, mostrando que el emprendimiento demanda el desarrollo de capacidades tanto individuales como grupales.

### **10.3. Análisis de los datos para las características psicológicas del perfil emprendedor**

Por último se describen las frecuencias halladas para las características psicológicas donde se ubican dimensiones como la necesidad de logro y la minimización de riesgos, consideradas según los graduados como factores altamente desarrolladas. En este sentido, los encuestados consideran que poseen la capacidad para identificar las virtudes y falencias (86%) y buscar constantemente oportunidades que le permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de su vida (98%), haciendo entonces un ejercicio de autoevaluación y reflexión para posteriormente realizar un proceso de mejoramiento los elementos poco potenciados, y así contribuir a su propio desarrollo.

Por su parte, desde la minimización de riesgo los graduados consideran tienen fortalezas frente a aspectos como al momento de iniciar un proyecto evalúan variables del entorno con el fin de minimizar el riesgo (88%). De otro lado, se pudo observar que a pesar de que 88% de los encuestados considera que tiene capacidad para asumir riesgos, también existe un 48% de ellos que ve el miedo al fracaso como un impedimento para iniciar con un negocio.

Los resultados anteriormente descritos, evidencian un alto desarrollo en las características sociales, individuales y psicológicas del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, donde se reconoce el aporte que desde la formación posgradual se ha dado para la consolidación de dicho perfil, desde el fortalecimiento de dimensiones que contemplan la

autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la solidaridad, la necesidad de logro y la minimización de riesgos.

#### 10.4. Análisis de los datos para las características del plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios de la UAM

Tabla 4. Características del plan de estudios

<b>El plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales, en la formación de emprendimiento presenta contenidos centrados en:</b>			
<b>ITEMS</b>	<b>Bajo (%)</b>	<b>Medio (%)</b>	<b>Alto (%)</b>
Crecimiento en el Mercado	22	12	66
Liderazgo en el Mercado	20	10	70
Creación de valor extraordinario	18	16	66
Liderazgo competitivo	10	12	78
Orientación global	12	14	74
Formación en ventas	40	28	32
Formación en negociación	20	18	62
Formación y liderazgo de equipos de trabajo	12	10	78
Contratación de personal	40	22	38
Enseñanza de beneficios empresariales	16	18	66
<b>La Maestría en Administración de Negocios ofrece en su formación en emprendimiento la posibilidad de:</b>			
<b>ITEMS</b>	<b>Bajo (%)</b>	<b>Medio (%)</b>	<b>Alto (%)</b>
Participar en proyectos empresariales.	26	22	52
Tener contacto con clientes o socios de los negocios.	26	26	48
Desarrollar habilidades prácticas (no sólo centrarse en la formación teórica).	26	18	56
Tener contacto con clientes o socios de los negocios.	26	26	48
Desarrollar habilidades prácticas (no sólo centrarse en la formación teórica).	26	18	56

A través de la investigación se pudo obtener que la formación obtenida en la maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales, presenta en su plan de estudios contenidos relacionados con el crecimiento en el mercado, de los cuales el 66% de los graduados que fueron encuestados, se encuentran de acuerdo con la relación de este contenido en su formación como emprendedores, mientras que un 34% no opinan de igual forma.

En cuanto a la formación recibida en temas de liderazgo en el mercado, el 70% de los graduados consideran que los contenidos vistos en las diferentes asignaturas del plan de estudios fortalecen esta parte de la formación en el perfil emprendedor. Se puede tener en cuenta que el liderazgo en el mercado encuentra relación directa en el porcentaje obtenido cuando se preguntó sobre la creación de valor extraordinario al obtener un alto porcentaje (66%), ya que este contenido se evidencia en el desarrollo de la maestría en administración de negocios en sus diferentes asignaturas.

Los contenidos basados en el marco metodológico planteado por la BABSON COLLEGE tales como el Liderazgo competitivo con el 78% y la Orientación global con el 74%, se ven reflejados en los contenidos de la maestría en Administración de Negocios de acuerdo con la percepción que tienen los graduados encuestados, fortaleciéndose así la formación en el perfil emprendedor que se promueve a través de las temáticas impartidas.

De acuerdo a los datos recolectados se percibe una contradicción entre los contenidos en Formación en ventas y los contenidos en Formación en negociación, ya que son temáticas similares y no se percibió en los graduados el mismo impacto de ambas en la formación del perfil emprendedor, ya que el 32% consideran que los contenidos en Formación en ventas no contribuyen a dicho perfil, en comparación con el 62%, que consideran que la formación en negociación sí contribuyó y se percibió en el plan de estudios de la maestría. Esto puede estar relacionado con los cursos que están orientados al desarrollo de habilidades prácticas, lo cual manifiesta que la maestría en Administración de

Negocios no centra su pensamiento empresarial desde la acción o simplemente se centra en aspectos básicamente teóricos.

Según la información recolectada se puede determinar que los graduados están de acuerdo con la presencia del contenido Formación y liderazgo de equipos de trabajo en su plan de estudios, siendo este un excelente indicio, si se tienen presentes las aptitudes y cualidades de un emprendedor, ya el que trabajo en equipo y el liderazgo dentro del mismo, facilitan el alcance de las metas y objetivos que se deben trazar dentro de esa actividad emprendedora.

El proceso de capacitación de un emprendedor deber reunir temas relevantes que fortalezcan y sustenten los conocimientos para no cometer errores dentro del proceso de la creación de empresas, el contenido relacionado con la contratación de personal no fue impartido en la diferentes asignaturas del plan de estudios de acuerdo a la percepción obtenida por los graduados encuestados, ya que el 62% coincide en la carencia de este importante tema en su formación.

Es importante resaltar que un alto porcentaje (66%) de graduados reconocen que se enseñaron beneficios empresariales que facilitan y sirven de recurso o herramienta en la construcción del perfil emprendedor que debe tener una persona en el momento de iniciar un negocio.

El 52% de los encuestados respondieron que la maestría en administración de negocios ofrece en su formación en emprendimiento la posibilidad de participar en proyectos empresariales, sirviendo esto de motivación o aliciente al estudiante que había ingresado a la maestría con una idea de negocio o negocio en marcha.

Se observa, además, que el 48% reconoce que la maestría ofrece la posibilidad de generar contacto con clientes o socios de negocios que guardan algún tipo de relación con los proyectos de emprendimiento pensados o llevados a cabo por los graduados. Mientras que el 56% de los encuestados dicen que la maestría ofrece la posibilidad de desarrollar habilidades prácticas (no solo centrarse en la formación teórica), convirtiéndose esto en un plus dentro del proceso de formación, porque permite entender lo teórico fácilmente a través de la praxis.

## 10.5. Análisis de los datos sociodemográficos

A continuación se presenta el resumen de las características sociodemográficas de los graduados de la maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales.

Como características sociodemográficas se pudo evidenciar que del total de encuestados el 60% son hombres y 40% mujeres. La edad promedio de las personas encuestadas es de 37 años. Observándose que las edades que reporta mayor frecuencia en los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, son: 33 años, 38 años y 41 años. De los 50 graduados entrevistados, el 16% son profesionales en economía, 16% son administradores de empresas, seguido por 8% que son profesionales en economía empresarial, un 6% son ingenieros industriales y el 54% de entrevistados poseen pregrado en Psicología, Ingeniería de Computación, Derecho, Contaduría e Ingeniería Química.

Tabla 5. Análisis estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Casado	19	38,0	38,0
Soltero	22	44,0	44,0
Otro	9	18,0	18,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Según el estado civil de los graduados de la maestría, el 44% son solteros, el 38% están casados y el 18% especificaron otro estado civil. Esto indica que la mayoría de graduados de la maestría en Administración de Negocios se encuentran solteros.

Tabla 6. Análisis estrato socioeconómico

Estrato socioeconómico	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Dos	2	4,0	4,0
Tres	12	24,0	24,0
Cuatro	7	14,0	14,0
Cinco	11	22,0	22,0
Seis	18	36,0	36,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

En cuanto al estrato socioeconómico, solo el 4% se ubican en el estrato dos, el 24% en el tres, el 14% en el cuatro, el 22% en el cinco y el 36% en el estrato seis, viéndose una alta proporción en los estratos más altos de la ciudad. Siendo el emprendimiento alternativas tentativas para las personas que se encuentran en los estratos dos y tres.

Tabla 7. Familiares que poseen negocio propio

Alguno de los siguientes integrantes de su familia posee negocio propio y está orientado al crecimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Padre o Madre	12	24,0	24,0
Hermanos	6	12,0	12,0
Tíos	4	8,0	8,0
Ninguno de los anteriores	28	56,0	56,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

El 24% de los graduados manifiestan que sus padres poseen negocio propio y está orientado al crecimiento, el 12% manifiestan que sus hermanos han tenido un negocio propio, el 8% tienen tíos con negocio propio y el 56% manifiestan que ningún integrante de la familia posee su propio negocio.

Tabla 8. Análisis ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Empleado	37	74,0	74,0
Emprendedor	9	18,0	18,0
Empresa Familiar	2	4,0	4,0
Desempleado	2	4,0	4,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la ocupación, se evidencia que un alto porcentaje (74%) de los participantes se encuentran en la categoría de “empleados”, tan sólo el 4% tienen empresa familiar, seguido por otro 4% que se encuentran desempleados, mientras que el 18% manifiestan ser emprendedores.

Tabla 9. Idea de negocio

Tiene o ha tenido idea de negocio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Si	31	62,0	62,0
No	19	38,0	38,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

En consecuencia, resulta interesante conocer el porcentaje de graduados que tienen o han tenido idea de negocio. En este sentido encontramos que el 62% de los encuestados aseguran tener o haber tenido idea de negocio, contra el 38% que no han tenido idea alguna.

Tabla 10. Desarrollo de la idea de negocio

Si su respuesta es afirmativa, ¿hasta dónde?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Idea de negocio	8	16,0	16,0
Plan de Negocios o Canvas	4	8,0	8,0
Negocio en Marcha	7	14,0	14,0
Empresa constituida Legalmente	12	24,0	24,0
No tiene o ha tenido negocio	19	38,0	38,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

De los 62% de los graduados que manifestaron tener idea de negocio, el 24% ya tiene una empresa constituida legalmente, seguido por el 16% que tienen la idea como tal, pero aún no la han puesto en marcha y por último el 8% dicen tener un plan de negocios o Canvas.

Tabla 11. Forma como ha desarrollado la idea de negocio

Dicha propuesta la ha trabajado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Solo	8	16,0	16,0
Grupo	23	46,0	46,0
No tiene o no ha tenido negocio	19	38,0	38,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

De 31 graduados que tienen o han tenido idea de negocio, el 16% han trabajado la propuesta solos, sin embargo el 46% lo han hecho en grupo.

## Asociación entre las variables sociodemográficas y el perfil emprendedor

Tabla 12. Prueba Chi-cuadrado para perfil emprendedor y variables sociodemográficas (género, edad y estrato socioeconómico).

Pruebas de chi-cuadrado	Género	Edad	Estrato socioeconómico
Chi-cuadrado de Pearson	,511	,979	,852

La tabla que se presentan anteriormente, muestra que estadísticamente no hay evidencia de la relación entre las variables sociodemográficas género, edad y estrato socioeconómico con el perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, es decir, no hay asociación entre ellas.

## **11. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **11.1 Características del perfil emprendedor**

El perfil emprendedor desde la perspectiva de (Gartner, 1989), se encuentra compuesto por las características personales, sociales y psicologías, ubicando dentro de cada una de ellas un conjunto de competencias que ante su eficiente desarrollo configurar un perfil orientado al emprendimiento. Dentro de estas competencias se encuentra la autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, el liderazgo, trabajo en equipo, la necesidad de logro, entro otras.

#### **11.1.1. Características Personales**

Los hallazgos obtenidos en la presente investigación evidencian un alto desarrollo de la dimensión de autonomía en los graduados de la Maestría Administración de Negocios como componente de las características personales del perfil emprendedor. En este sentido, es importante comprender que la autonomía frente al tema de emprendimiento establece una relación de doble sentido; en un primer momento la autonomía se constituye en un elementos fundamental para crear e iniciar acciones emprendedoras, y por otro lado, el desarrollo de procesos emprendedores permite que las personas reconozcan sus capacidades, logrando fortalecer la seguridad y confianza en sí mismas, la autonomía y capacidad para la toma de decisiones racionales (Sánchez, 2003). Esta última perspectiva es coherente con lo relacionado por los graduados, quienes consideran que ejecutar acciones de emprendimiento permite fortalecer la autonomía a partir del reconocimiento del potencial que se posee.

En esta misma línea los graduados reconocen que el fortalecimiento de la autonomía desde el emprendimiento, se relaciona más con una actividad que integra a las personas y las invita a generar trabajo que en equipo, que con un ejercicio que privilegie el individualismo. Este enfoque se soporta en los planteamientos de Fascioli (2008), quien propone un tipo de autonomía personal desde la perspectiva intersubjetiva, implicando un ejercicio de desligarse de

aquella autonomía que genera individualismo, para proponer un ser autónomo con desarrollo de capacidades de agencia (autoconfianza, autoestima y autorespeto) que reconoce la existencia y capacidades de los otros.

En este sentido, se presenta la autonomía como una capacidad que fortalecen las personas a través de la ejecución de actividades de emprendimiento y que su vez impulsa el ejercicio emprendedor, en busca del propio desarrollo, generando la posibilidad de reconocer la importancia del otro en ese proceso de crecimiento.

De otra parte es importante resaltar el papel fundamental que juega la creatividad dentro del perfil de un emprendedor, ya que a partir de ella se da la generación de nuevas ideas y el fomento del emprendimiento (López 2008). Frente a esta dimensión los graduados mencionan que constantemente sienten impulso de crear ideas originales, pero que además estas buscan dar respuesta o solución a una necesidad presente. Este último como un elemento relevante, ya que la creatividad no es medida solo por la generación de nueva ideas, sino que además su importancia radica en lo novedosas y útiles que pueden llegar a ser Amabile (1997).

Para Flores y Méndez (2010), la creatividad es una condición humana, presente en las diferentes actividades que se realizan durante el transcurso de la vida y se encuentra relacionada con el pensamiento divergente, la originalidad y la flexibilidad, entre otros. Estas características han sido altamente desarrollada por los graduados, ya que consideran poseen un pensamiento flexible y capacidad imaginativa, que les permite dar crear ideas novedosas y prácticas.

Es importante resaltar, que según la literatura la creatividad es un elemento esencial a la hora de iniciar proyectos empresariales o generar una orientación al crecimiento, a tal punto que algunos autores la han denominado como sinónimo de la creatividad (Csikszentmihalyi, 1997 en López, 2008).

Según los hallazgos obtenidos, se puede concluir que los graduados de la Maestría en Administración de negocios cumplen con los tres componentes de creatividad que plantea Amabile (1998), dentro de los que se encuentran la

motivación y orientación a generar constantemente nuevas ideas, el desarrollo de un pensamiento flexible y la habilidad para dar solución a las dificultades presentes a partir de la generación de ideas novedosas.

De igual manera, se puede observar que otro componente altamente desarrollado por los graduados es la toma de decisiones, definida por Bohome (2009) como un proceso racional que desarrollan los individuos en el transcurso de su vida, que según el autor implica tres momentos: el primero relacionado con la selección de las situaciones más relevantes que se deben atender; segundo la selección de las posibles alternativas de solución teniendo en cuenta los recursos que se poseen; y por último la selección de las mejores alternativas. Elementos que según los graduados han desarrollado a largo de su vida y se han fortalecido con elementos éticos a partir de su formación posgradual. El factor ético anteriormente planteado, es considerado por Cortina (2003) como un elemento fundamental dentro de la toma de decisiones, ya que demanda un ejercicio de reflexión y deliberación que hace evidente sus pros y contras, y lleva a la toma de decisiones prudentes.

Díaz (2011) menciona la importancia de la toma de decisiones a nivel organizacional, y más aun cuando se fundamentan en la ética y no solo en factor costo-beneficio. De igual manera, el autor considera que la toma de decisiones permeada por un componente ético, permite identificar los efectos que tiene en otros la elección realizada, vinculando directamente esta dimensión con la responsabilidad empresarial y la necesidad desde el contexto organizacional al no solo privilegiar el éxito de tipo económico y material.

La responsabilidad es otra dimensión abordada dentro de las características personales del perfil emprendedor, y es valorado por los graduados como una competencia altamente desarrollada que permite identificar y asumir las consecuencias que surgen como resultado de las acciones en la vida cotidiana, en coherencia con lo anterior Arroyo (2004) menciona que la responsabilidad es definida como la capacidad de los seres humanos de reflexionar frente a las consecuencias tanto positivas como negativas que tienen sus actos.

Como se mencionaba anteriormente desde la ámbito organizacional, la responsabilidad juega un papel importante, principalmente cuando se atribuye a la empresa el compromiso de velar no solo por su crecimiento económico, si no además la promoción del bien común dentro de entorno que contempla una dimensión social y una ambiental, elementos que son resaltados como importantes por los graduados de la Maestría en Administración de Negocios; de tal manera, que la responsabilidad dentro del contexto organizacional implica asumir obligaciones de tipo legales, pero sobretodo éticas.

En este sentido, la responsabilidad debe soportar cualquier idea de emprendimiento, permitiendo identificar la importancia que tiene para una organización el velar por el establecimiento del equilibrio económico, social y ambiental, como una obligación que se adquiere al poner en marcha una acción emprendedora, desde que inicia hasta la obtención de una empresa rentable y sostenible (Orrego, 2008).

### **11.1.2. Características sociales**

De otro lado, se encuentran también las características sociales contemplando dimensiones como el liderazgo, el trabajo en equipo y la solidaridad, soporte y promotor de las acciones de emprendimiento que buscan un beneficio colectivo. Por su parte, el liderazgo se presenta como una característica marcada en el grupo de graduados que participaron de la presente investigación, resaltando que poseen habilidad la generación de iniciativas cuando se está realizando trabajos colectivos, además de la capacidad para convocar y movilizar a las demás personas basado en la confianza, características que para Konntz y Weihrich (1998) son propias de un líder, y de gran importancia para un emprendedor, ya que a partir de la movilización de equipos de trabajo puede llegar a alcanzar las metas y objetivos organizacionales, como resultado de sus habilidades y capacidades para orientar e inspirar los grupos de trabajo.

De igual manera, se mencionan otras habilidades que los graduados consideran alcanzan un alto desempeño dentro de la dimensión de liderazgo, como es la

capacidad de transmitir emoción, energía, confianza a los demás y la posibilidad de mediar en situaciones de conflicto, todos ellos fundamentales dentro de la consolidación de un perfil emprendedor, ya que facilitan la creación de ambientes propicios de trabajo en función del desarrollo y la movilización humana para el cumplimiento de los objetivos organizacionales propuestos.

Por otra parte, se encuentran competencias relacionadas con el trabajo en equipo que de igual manera consideran los graduados ha sido desarrollado en el transcurso de su vida, contemplando dentro de él la capacidad de trabajar con equipos interdisciplinarios con el fin de promover su emprendimiento, la generación de espacios de participación que permita a los integrantes de la organización contribuir al desarrollo de las nuevos proyectos o ideas, además de la capacidad para la delegación de tareas como una estrategia para integrar a otros en los procesos emprendidos. En este sentido, Puga y Martínez (2008) definen que el trabajo en equipo es una habilidad marcada en los emprendedores, que los convierte en facilitadores de procesos de gestión y posibilitadores de espacios de participación para la ejecución de las diferentes actividades que buscan el desarrollo de la organización. Asimismo, (Hellrieger et al, 2002) argumentan que el emprendedor a través del trabajo en equipo, tiene la posibilidad de generar espacios para que los integrantes de la organización participen en los procesos de desarrollo, reconociendo entonces las fortalezas y aptitudes que estos poseen y la importancia de su intervención para el logro de los objetivos organizacionales.

Los resultados muestran que los graduados de la maestría en Administración de Negocios son personas con alto índice de solidaridad, dado que las personas encuestadas consideran que es importante promover el bien de la comunidad y su bienestar, a través de la colaboración constante por el logro de metas de otras personas, concluyéndose que su personalidad es visible el espíritu solidario.

Lo anterior es consecuente con lo que plantea Bilbao y Pachano (2002), quienes encuentran evidencia que las personas con un rasgo de solidaridad marcado, buscan constantemente un compromiso en pro de la comunidad y son influyentes

para la edificación de metas exitosas, esto en gran medida potencia la construcción de tejido social.

Es así como Malavé y Piñagos (2012), manifiestan que la solidaridad es un factor que determina el éxito, convirtiéndose en un atributo para el individuo debido al cambio que pueden generar en su entorno, forjando así actitudes emprendedoras.

### **11.1.3. Características psicológicas**

Se percibe que la mayoría de los graduados sienten un constante interés por identificar sus virtudes y falencias, lo cual se ve complementado por la búsqueda persistente de oportunidades que les permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de la vida.

De acuerdo a lo anterior, se podría decir, que los resultados reflejados por la necesidad al logro pueden estar atribuidos al interés que se demuestra durante el proceso de emprendimiento (Calderón,1999), pues como lo manifiesta Morris y Maisto (2005), los individuos que demuestren una constante necesidad de sobresalir, a través de su persistencia, proyectando al tiempo la confianza que tienen en si mismos, no crean limitaciones ni obstáculos, más bien observan posibilidades que los orienten al alcance de los resultados esperados.

Se puede entender que las personas que tienen tendencia u orientación al logro, son personas que se encuentran comprometidas con los ideales que motiven el desarrollo de un emprendimiento sin importar el sector económico o área de conocimiento donde lo debe desarrollar, pues bien, la necesidad de logro se convierte en motivación constante que genera cuestionamientos frecuentes de las actividades desarrolladas a cabo por las personas que cuentan con dicha característica, debido al alcance de las metas, de la responsabilidad sobre los resultados de éxito o fracaso como lo plantean Padrón y Sánchez (2010), se reconoce que las personas emprendedoras con orientación al logro van a percibir en medio de la dificultad o problemática, la posibilidad de suplir dicha dificultad con el fin de alcanzar el éxito esperado, partiendo así de una situación adversa, lo que

se convierte en mayor motivación, debido a la necesidad que presentan las personas que tienen esta característica de superarse constantemente.

Puede observar también que los participantes de la encuesta tienen un comportamiento similar relacionado con la minimización de riesgos, ya que se percibe un alto porcentaje al considerar las variables del entorno antes de iniciar un proyecto y de esta forma comenzar con el emprendimiento. Por otra parte se encontró una división entre las personas que piensan que el miedo al fracaso impide iniciar un negocio, es decir, algunos graduados de la maestría en Administración de Negocios no desarrollan proyectos de emprendimiento debido al miedo que tienen por los riesgos generados.

Esto sintetiza la investigación de Calderón (1999), que establece que una buena proporción de personas asumen riesgos, es decir prefieren informarse y consultar expertos con el fin de reducir los posibles riesgos que se puedan presentar. Si bien es cierto las personas consultan especialistas con el fin de disminuir los posibles riesgos que se puedan presentar, es importante tener en cuenta que no todos pueden controlarse, porque en la mayoría de los casos dependen de factores externos no manipulados y controlados por el emprendedor, lo que genera un vacío durante el proceso de construcción del proyecto emprendedor.

Se puede observar que las necesidades diarias y las premuras del mundo globalizado de hoy, generan diferentes alternativas para miles de personas que buscan garantizar la subsistencia, sin tener viabilidad de mediano o largo plazo, esto puede conducir al auto empleo de baja calidad atribuido a la situación económica y social dada principalmente en países de América Latina como lo plantean Kantis, Angelelli y Mouri, (2004).

Por otra parte, es importante que la cultura de aquellos países que se encuentran en vía de desarrollo se transforme y se fundamente en prácticas que impulsen a los individuos a tomar riesgos en la medida de lo posible con conocimiento de causa, es decir, brindar información teórica a través de cursos con contenidos relacionados con la actividad emprendedora, donde se permita identificar aquellas

características, variables, condiciones sociales, culturales, económicas y políticas que puedan minimizar el riesgo de los proyectos a pesar de estas ser exógenas en la mayoría de las ocasiones, donde los alcances y atributos de los emprendedores se pueden ver afectados en el desarrollo final del emprendimiento, de acuerdo a lo anterior se podría concluir que las personas que han sido capacitadas y toman la iniciativa de ejecutar un proyecto que se encuentre relacionado con el emprendimiento, tendrán un mayor número de herramientas para estudiar y evaluar los riesgos en comparación con aquellas personas que no se han capacitado previamente en dichos temas.

#### **11.1.4. Características del plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios de la UAM y su aporte al perfil emprendedor**

Los resultados derivados de la investigación, exponen que las características del plan de estudios de la maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales, presentan contenidos relacionados con temas de emprendimiento, pero aun así se evidencia que no todos los contenidos se centran en promover el espíritu emprendedor y su relación con el medio. De esta forma, BABSON considera que pretender aplicar a los cursos, criterios como el Crecimiento en el mercado, fortalece el espíritu empresarial y la visión de empresa en sus estudiantes con relación a la vida empresarial UAM (s.f.).

De otra parte, La UAM (s.f.) considera que el liderazgo en el mercado como criterio de evaluación, permite a los emprendedores generar mayor crecimiento y valor a sus propuestas empresariales, esto se ve reflejado con lo manifestado por los graduados, quienes consideran que temas como el liderazgo en el mercado, creación de valor extraordinario, orientación global, negociación, formación y liderazgo de equipos de trabajo y enseñanza de beneficios empresariales, enriquecen y fortalecen sus conocimientos y habilidades a la hora de emprender un proyecto. No obstante, el impacto generado en contenidos relacionados con

formación en ventas no fue el mejor, debido a que los graduados manifestaron que dichos contenidos no contribuyen en su formación del perfil emprendedor.

De esta manera, puede verse que el panorama del plan de estudios de la maestría es positivo, de acuerdo a los hallazgos se evidencia que la metodología utilizada por la maestría en Administración de Negocios está orientada a formar estudiantes a través de nuevas metodologías y contenidos que ayuden a contribuir a la formación de emprendimiento.

En general se pudo evidenciar que los graduados de la Maestría Administración de Negocios perciben que la Universidad a través de la formación posgradual ha aportado al fortalecimiento del perfil emprendedor, desde las tres dimensiones abordadas para el presente estudio, como lo son las características sociales, personales y psicológicas. En este sentido, los graduados consideran que la realización de la maestría les ha permitido potenciar competencias como la creatividad, la autonomía, la responsabilidad, la toma de decisiones racionales y éticas; y desde las características sociales y psicológicas, competencias como el liderazgo, sentido solidario, trabajo en equipo, orientación al logro y minimización de riesgos.

Varela (2003), menciona que ante la crisis económica y social que vive el país, las universidades han asumido un papel protagónico que busca la formación de ciudades capaces de generar procesos de autogestión, esto implica la formación en competencias que activen el espíritu emprendedor. El nuevo modelo de formación contempla la necesidad de llevar a la práctica los conocimientos teóricos adquiridos durante el proceso de formación, esta materialización del conocimiento pretende ser expresada a través de la generación de ideas empresariales que aporten al desarrollo de las regiones, trascendiendo la producción de tipo conceptual.

Por lo tanto, la materialización del emprendimiento se convierte en un gran reto para las universidades. La Universidad Autónoma de Manizales desde su Maestría en Administración de Negocios no es ajena a este reto, y más cuando se tienen en

cuenta los hallazgos del presente estudio, pues muestran que aunque en general los graduados tienen un alto desarrollo del perfil emprendedor, solo un 24% tiene una empresa legalmente constituida. Esto indica que a pesar de contar con las competencias para la ejecución de acciones de emprendimiento, existen limitantes que no favorece la materialización del mismo.

Fruto de los hallazgos de la presente investigación, surge la necesidad de diseñar una nueva estructura para la asignatura Empesariado, basado en los pilares de Babson College, privilegiando en los estudiantes el desarrollo de competencias y habilidades en el campo del emprendimiento, empezando por la formulación de planes de negocio hasta el desarrollo de diferentes temáticas que aportan a la materialización del mismo.

A continuación se evidencia la estructura del módulo:

## **1. IDENTIFICACIÓN**

Módulo: EMPRESARIADO

No. Créditos: Dos (2) créditos

Departamento: Administración

## **2. JUSTIFICACIÓN**

El mundo, en medio de sus múltiples tendencias, desarrollos, crecimientos en temas académicos, administrativos, empresariales y comerciales, ha impulsado desde diferentes sectores económicos diversos retos y necesidades, generando un cambio acelerado y competitivo en una sociedad capitalista, donde el actuar debe ser casi inmediato para no verse rezagado en medio de la lucha por tener un posicionamiento en el mercado. Ante esto, es claro que las instituciones son conscientes de la importancia que tiene el emprendimiento para generar desarrollo económico y social en un país, convirtiéndose en un tema de gran interés en los últimos años.

Teniendo en cuenta lo anterior, surge la necesidad de desarrollar procesos académicos que aporten de manera eficaz a la formación del perfil emprendedor de los estudiantes, de ahí, que la Universidad Autónoma de Manizales se comprometa con la formación estructural, cultural y vivencial de sus estudiantes, para dar de esta forma respuesta a las exigencias que se presentan en la actualidad frente al tema del emprendimiento, por medio de la fundamentación metodológica en el modelo propuesto por la Babson College, reconocido por ser el líder a nivel mundial en emprendimiento.

Por tal razón, se presenta la estructura del curso denominado “empresariado” fundamentado en estrategias de “pensamiento-acción” propuesto por Babson College, pretendiendo que el estudiante trascienda su formación teórica para llegar a la materialización de ideas empresariales o estrategias para el crecimiento empresarial.

### **3. OBJETIVO GENERAL**

Fortalecer desde una perspectiva teórico-práctica el perfil emprendedor de los estudiantes de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de Autónoma de Manizales, fundamentando el proceso de formación en los supuestos metodológicos de Babson College.

### **4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

A partir del desarrollo del curso de empresariado se pretende que los estudiantes estén en capacidad de:

- ✓ Identificar las características del emprendimiento según los criterios de Babson College.
- ✓ Desarrollar competencias prácticas que fomenten el emprendimiento.
- ✓ Generar ideas de negocios a partir del autoconocimiento.
- ✓ Desarrollar habilidades para realizar ventas.

- ✓ Hacer un buen Pitch.
- ✓ Conocimiento de los criterios básicos de finanzas.

## 5. CONTENIDO TEMÁTICO

### UNIDAD 1. Conceptualización del emprendimiento

**Objetivo:** Conocer los conceptos básicos relacionados con el emprendimiento a partir de la clasificación y los tipos de emprendimiento que existen.

#### Temas de la Unidad

- ✓ Concepto de emprendimiento.
- ✓ Tipos de emprendimiento (intraemprendimiento, emprendimiento social, entre otros).
- ✓ Características del emprendimiento.
- ✓ Cualidades del emprendedor.

**Estrategias metodológicas:** Posterior a un primer taller vivencial donde los estudiantes se familiaricen con el concepto de emprendimiento, se puede realizar a la una presentación magistral de cada tema de la unidad por parte del docente, se propone que los estudiantes identifiquen necesidades de mercado dependiendo de su visión, su área de trabajo o sus preferencias preparen un documento como resultado del análisis y reflexión frente al tema, que les permita identificar el tipo de emprendimiento que llevan a cabo o piensan ejecutar en un futuro, para ser debatido posteriormente en grupo. Se desarrollará un test que permita medir el perfil emprendedor de los estudiantes desde el autoconocimiento.

### UNIDAD 2. Ideación y modelo de negocio

**Objetivo:** Generar a partir de necesidades de mercado ideas innovadoras de empresas de alto potencial.

## **Temas de la unidad**

- ✓ Creatividad
- ✓ Innovación
- ✓ Generación de ideas de negocio
- ✓ Elementos del Canvas

**Estrategias metodológicas:** Realización de talleres que promuevan la creatividad, para posteriormente generar innovación a través de modelos de negocio de alto potencial. El docente debe explicar magistralmente el modelo CANVAS y los estudiantes deberán diligenciarlo para las ideas de negocio contando con el acompañamiento del docente.

## **UNIDAD 3: Ventas y Marketing**

**Objetivo:** Brindar a los estudiantes conocimientos teórico-prácticos y habilidades de Marketing y Ventas.

## **Temas de la unidad**

- ✓ Ventas como realizar las primeras ventas, manejo de objeciones, cierre de la venta)
- ✓ Dirección de equipos comerciales (Selección del equipo comercial, formación y desarrollo del equipo comercial y retribución de equipos).
- ✓ Marketing (Introducción al marketing, planificación estratégica, etapas del plan de marketing).

**Estrategias metodológicas:** Posterior a la presentación magistral de cada tema de la unidad por parte del docente, se propone que los estudiantes diseñen

estrategias de marketing y ventas de acuerdo a las condiciones y necesidades del negocio. Dicho ejercicio será presentado al grupo.

#### **UNIDAD 4:** Elaboración de un pitch.

**Objetivo:** Adquirir conocimientos prácticos que permita a los estudiantes desarrollar habilidades para la presentación asertiva de su negocio.

#### **Temas de la unidad**

- ✓ Criterios para una buena elaboración de un pitch.
- ✓ Elaboración y validación del guión.
- ✓ Entrenamiento y puesta en escena del pitch.

**Estrategias metodológicas:** Paralelo al abordaje teórico de la temática, cada estudiante debe ir elaborando su pitch, para ser evaluado posteriormente por el docente y los participantes del curso, permitiendo la identificación de falencias y fortalezas.

#### **UNIDAD 5:** Finanzas para emprendedores

**Objetivo:** Conocer los elementos básicos que permitan enfocar con eficacia la toma de decisiones financieras para los emprendedores.

#### **Temas de la unidad**

- ✓ Conceptos básicos financieros
- ✓ Finanzas para emprendedores
- ✓ Capital de riesgo en su propia empresa

**Estrategia metodológica:** Posterior a la presentación magistral del tema por parte del docente, se propone que los estudiantes apliquen los conocimientos teóricos adquiridos a los planes de negocio. Dicho ejercicio debe ser socializado posteriormente al grupo de trabajo.

### **Asociación entre las variables sociodemográficas y el perfil emprendedor**

Posterior a la aplicación de la prueba Chi-Cuadrado, se pudo determinar que no existe asociación entre ninguna de las variables sociodemográficas abordadas (género, edad y estrato socioeconómico) y el perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, aun cuando la revisión de literatura para cada uno de los casos establece que si existe un nivel de asociación entre ellas.

El GEM (2010), menciona que el género si se encuentra estrechamente relacionado con el perfil y espíritu emprendedor, resaltando además que entre los hombres y las mujeres se puede evidenciar una diferencia significativa frente al impulso de iniciar propuestas de emprendimiento o fortalecimiento de las ya existentes. En este sentido, se evidencia la mayor orientación al emprendimiento por parte del género masculino, como resultado de un proceso social y cultural que llevo a los hombres a insertarse y adaptarse al campo laboral y profesional de manera más temprana que las mujeres.

En este mismo sentido, Daza, Mosquera y Arias (2010) resaltan que existe una diferencia entre el potencial que tienen las mujeres y los hombres ante las actividades de emprendimiento, aludiendo que características psicológicas como el temor a asumir riesgo y fracasos hace que el género femenino evite iniciar procesos de emprendimiento con mayor facilidad.

Desde la perspectiva psicológica y personal también se puede identificar que las mujeres perciben mayores niveles de dificultad y obstáculos para iniciar procesos

de emprendimiento, limitando de esta manera su capacidad y la posibilidad de lograr una óptima participación en esta área de actuación (Rodríguez y Sánchez, 2008).

Por otra parte, desde la literatura también se encontró una relación entre la variable sociodemográfica edad y el emprendimiento, desde la perspectiva de algunos autores esta orientación y capacidad está más presente en los jóvenes, como resultado de algunas características personales y psicológicas que los llevan a experimentar un nivel de ambición más alto que los adultos, además mostrar menor temor frente al riesgo (Cuervo, Ribeiro y Roig, 2006).

En contraposición con lo anterior, Loli y otros (2014) plantean que si bien la edad juega un papel importante para dar inicio a procesos de emprendimiento, se puede percibir mayor orientación al mismo desde las personas más adultas, ya que esta etapa de la vida se asocia con orientación al riesgo, confianza en sí mismo, visión de futuro, entre otras competencias que promueven el emprendimiento en las personas.

De otro lado, los resultados arrojados por la prueba ponen de manifiesto la falta de asociación que existe entre las características sociodemográficas –estrato socioeconómico- y el perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, lo cual va en contra de lo constatado anteriormente por el estudio realizado por la Universidad de General Sarmiento según Mundo Alma (2014), donde se expone que la clase media es representativa en la participación de la educación universitaria y posgradual. No obstante, la participación de la clase alta es superior en dichas instancias académicas. Este panorama no es ajeno a la lógica social del mundo capitalista de hoy, siendo la clase baja la que presenta un menor nivel educativo.

Garazi (2011) por su lado, establece que la situación o entorno familiar impulsa de cierta forma a generar emprendimientos de acuerdo a las diferentes clases sociales, ya sea por el hecho de evidenciar materialmente el espíritu emprendedor en algún miembro de la familia, en especial cuando los padres han desarrollado

algún tipo de emprendimiento, existe la tendencia de que sus hijos también se inclinen por el desarrollo de los mismos, viendo como una alternativa personal y laboral en la clase social media.

De acuerdo con Ordeñana y Arteaga (2012), se constata que los emprendedores de clase media se identifican con ciertas habilidades personales tales como: logro de objetivos, alcance de las metas, creatividad, habilidades de comunicación y toma de decisiones, siendo importantes en el momento de identificar el perfil emprendedor de un individuo, ya que se convierten en características fundamentales para desarrollar una idea o proyecto emprendedor. Por otra parte, las personas que han sido emprendedoras y pertenecientes a la clase alta, son valoradas especialmente por la toma de decisiones, resolución de problemas y pensamiento creativo.

De esta manera, se pudo identificar que son diversas las percepciones que alrededor del emprendimiento y las variables sociodemográficas se han creado, desatacándolas como elementos determinantes en las actividades de emprendimiento, pero que para el caso de la presente investigación no representan ningún tipo de asociación.

## 12. CONCLUSIONES

El ejercicio investigativo permitió evidenciar el alto desarrollo de las características personales que tienen los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, esto reflejado en manejo de niveles de autonomía, capacidad para la toma de decisiones racionales, comportamiento guiados por la responsabilidad y capacidad creativa e imaginativa, como aspectos fundamentales para el desarrollo de actividades de emprendimiento.

En este mismo sentido, los graduados manifiestan poseer capacidades de liderazgo, trabajo en equipo y espíritu solidario, elementos que configuran las características sociales de un perfil emprendedor, evidenciando que el emprendimiento no solo demanda capacidades a nivel individual, sino además, la búsqueda del beneficio colectivo, al reconocer la importancia que tiene el trabajo interdisciplinario o colaborativo en el desarrollo de procesos de emprendimiento.

Cabe resaltar que el plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios genera crecimiento y valor a partir de temáticas centradas en liderazgo en el mercado, creación de valor extraordinario, orientación global, negociación, formación y liderazgo de equipos de trabajo y enseñanza de beneficios empresariales, fortaleciendo de esta forma los conocimientos y las destrezas aplicadas a los diferentes proyectos de emprendimiento, por tal razón, se puede decir que la universidad se presenta como un espacio propicio para la formación de profesionales capaces de aportar al desarrollo económico y social del país, desde el desarrollo de competencias que impulsan el comportamiento emprendedor. Evidenciando que el plan de estudios de la maestría en Administración de Negocios aporta de una manera significativa al perfil emprendedor de sus estudiantes, forjando actitudes emprendedoras y conocimientos suficientes para emprender un proyecto.

Respecto a las variables sociodemográficas, se pudo observar que un alto porcentaje de graduados son empleados, un porcentaje bajo tienen empresa

familiar o se encuentran desempleados, y tan solo el 18% de los graduados se consideran emprendedores.

### **13. RECOMENDACIONES**

Debido al alcance y resultados obtenidos en el desarrollo de este trabajo, basado en diferentes herramientas que permitieron medir el perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, se recomienda incorporar en el plan de estudios o en la malla curricular componentes de la metodología BABSON COLLEGE, en diferentes asignaturas que guarden algún tipo de relación con los cuatro criterios propuestos por esta y descritos en el presente informe.

En este mismo sentido, se resalta la responsabilidad social que tiene universidad frente a la formación de profesionales emprendedores, es necesario que se analicen y mejoren aquellos contenidos del plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios que son considerados por los graduados como de menor desarrollo durante el proceso de formación, como son por ejemplo temas de formación en ventas y en general aquellos orientados al desarrollo de habilidades prácticas.

Teniendo en cuenta los hallazgos obtenidos en el presente estudio que evidencian un alto desarrollo del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la UAM, en contraste con solo un 24% de empresas constituidas legalmente por ellos, surge la necesidad de identificar las diversas limitantes personales o externas que no favorecen la creación de empresa, aún cuando se cuenta con un perfil emprendedor.

## 14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Una década de investigación basada en el GEM: Logros y Retos. *Revista Latinoamericana de Administración* , 46, 16-37.
- Amabile, M. (1997). Entrepreneurial creativity through motivational synergy. *Journal of Creative Behavior* , 31 (1), 18-26.
- Amabile, T. (1998). Cómo matar la creatividad. *Harvard Business Review Creatividad e Innovación* , 1-32.
- Amorós, J. E., & Cazenave, C. P. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Actividad Emprendedora en Chile y el Mundo 2012*. Chile: Universidad del Desarrollo.
- Andrade, M., & Bravo, W. (2009). Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia. *Tesis de maestría publicada, Universidad de Amazonia*. Florencia, Colombia.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics* , 24, 233–247.
- Arraut, L., Sánchez, H., & Novoa, K. (2011). Impacto del programa emprendedor en la Universidad Tecnológica de Bolívar mediante un análisis a través de SPSS. (U. EAN, Ed.) *Revista Escuela de Administración de Negocios* (71), 184-195.
- Arroyo, F. (2004). Adquisición de actitudes de responsabilidad social a través de un programa de voluntariado. *Tesis doctoral publicada* . Valencia, España: Universidad de Valencia.
- Bello, J. R. (2006). La preparación emprendedora y la formación de graduados universitarios. *Cuadernos UUADERNOS UNIMETANOS* (9), 2-13.
- Bilbao, A., & Pachano, S. (2002). *Rasgos y Actitudes de los Emprendedores*. Venezuela: Corporación Andina de Fomento – CAF - Venezuela Competitiva.
- Bohome, M. (2009). La racionalidad en la toma de decisiones: Análisis de la Teoría de la decisión de Herbert A. Simon. *Netbiblo* , 1-304.

- Calderón H, G., Álvarez G, C. M., Narajo V, J. C., Gómez N, L., Restrepo, J. G., & Negrette, I. (2012). *Reporte GEM Colombia Manizales 2011-2012*. Manizales: Ediciones Uninorte.
- Calderón, G. (1999). Características del creador de pequeña empresa en Manizales. *Decisión Administrativa* , 1, 62-68.
- Carrasco, J. (1997). *Hacia una enseñanza eficaz*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Castaño, J. C., Lanzas, A. M., & López, M. E. (2007). Estrategia organizacional orientada al logro de resultados desde el trabajo en equipo. *Scientia Et Technica* , XIII (35), 369-373.
- Castellanos, O. F., Chávez, R. D., & Jiménez, C. N. (2003). Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* , 22, 145-156.
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento dentro del marco del proyecto "Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional"*. Chile: First Public Inc Chile S.A.
- Congreso de la Republica de Colombia- Ley 1014. (2006 йил 26-Enero). <http://www.secretariasenado.gov.co/>. Retrieved 2014 йил 28-Enero from [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2006/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2006/ley_1014_2006.html)
- Contin, I., Larraza, M., & Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: Evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista de Empresa* (20), 10-19.
- Correa, Z., Delgado H., C., & Conde C., Y. A. (2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán. *Revista escuela administración de negocios* (71), 40-51.
- Cortés, P. (2003 йил 17-junio). *Enseñar a emprender es cosa de método*. From CEO: Clima de Emprendimiento Organizado: <http://www.ceo.cl/newtenberg/609/article-32869.html>
- Cortina, A. (2003). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Editorial Trotta.
- Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. Madrid: Fundación Bancaja.

- Daza, M. C., Mosquera, C. E., & Arias, A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Revista Economía, Gestión y Desarrollo* (10), 61-77.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2013). *DANE*. Retrieved 2013 йил 23-02 from [http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=307&Itemid=124](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124)
- Díaz, B. (2011). El arte de tomar decisiones con contenidos éticos. *Revista Venezolana de Gerencia* , 16 (54), 323-325.
- Estrada, S. (2006). Modelo de Liderazgo en Organizaciones Cambiantes. *Scientia Et Technica* , 295-300.
- Fandiño P, L., & Bolivar A, M. C. (2008 йил Noviembre). Evaluación del Impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. *Tesis Pontificia Univeridad Javeriana* . Bogotá, Colombia.
- Fascioli, A. (2008). Autonomía y reconocimiento en Axel Honneth: un rescate de El Sistema de la Eticidad de Hegel en la filosofía contemporánea. *Revista ACTIO* (10), 21-25.
- Flores, A., & Méndez. (2010). La creatividad en la formación de individuos emprendedores desde el ámbito universitario. *Revista Educare* , 14 (1), 71-92.
- Franco, C. A., & Velásquez, F. (2000). Como Mejorar La Eficiencia Operativa Utilizando El Trabajo en Equipo. *Estudios Gerenciales* (76), 27-35.
- Fuentes, F. J., & Sanchez, S. M. (2010). Analisis del Perfil Emprendedor: Una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada* , 28 (3), 1-28.
- Garazi A, M. (2011). *Ezagutzen, Ekintzaileak. La intención emprendedora en estudiantes universitarios El caso de la Universidad de Deusto*. Universidad de Deusto.
- Gartner, W. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 47-68.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor: reporte anual Colombia 2008*. Bogota: Ediciones Uniandes.

- Gómez N, L., Martínez C, P., Figueroa, C. A., Pereira, F., Quiroga, R. F., Vesga, R. A., y otros. (2010). *Reporte GEM Colombia 2010*. Bogotá: Editorial Universidad del Norte.
- Gómez, L., Martínez, P., Angulo, L. E., Calderón, G., López, Y., Madrid, J. A., Sandoval, L. A., Rojas, L. R. y Sánchez, J. (2010). *Reporte GEM Colombia regiones- Eje Cafetero 2010*. Bogotá: Universidad del Norte.
- Guariglia, O. (1999). Identidad, autonomía y concepciones de la buena vida. *Isegoría* , 20, 19-29.
- Hellrieger, D., Jackson, S., & Slocum, J. W. (2002). *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. (9ª Edición ed.). Thomson Editores.
- Huaylupo A, J. (2007). El liderazgo: un poder relativo. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)* , 1, 103-124.
- Julca, M. (2011). Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: El caso de la universidad de San Martín de Porres. *Tesis de doctorado publicada* . Lima, Perú.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori. (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.
- Kantis, H., Postigo, S., Federico, J., & Tamborini, M. F. (2005). *El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de Argentina*.
- Konntz, H., & Weihrich, H. (1998). *Administración Una Perspectiva Global*. (11ª Edición ed.). México D.F: Mc Graw Hill.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* , 15 (5-6), 411-432.
- Leguizamón, L. A. (2011 йил Noviembre). *¿ Es posible un modelo de emprendimiento en la educación Colombiana?* Retrieved 2014 йил 28-Enero from <http://www.idep.edu.co/>: <http://www.idep.edu.co/pdf/aula/MAU%2082.pdf>
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business* , 3, 11-35.
- Loli, A.; Del Carpio, J. y La Jara, E. (2014). El emprendimiento en los estudiantes

- de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 12(1), 111-130.
- López, P. (2008). Influencia del comportamiento emprendedor de los mandos medios en el fomento del Corporate Entrepreneurship. *Tesis de doctorado publicado*. Barcelona, España: Universidad Ramon Llull.
- Malavé, J., & Piñango, R. (2012). Líderes, gerentes y emprendedores: un estudio empírico de actitudes y significados. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(60), 676-694.
- Manizales Más. (2013). *Manizales más*. Retrieved 2014 йл 11-02 from <http://www.manizalesmas.org/formacion-empresarial>: <http://www.manizalesmas.org/>
- Marulanda M, J. A., Correa C, G., & Mejía M, L. F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 66, 153-168.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton NJ: Van Nostrand.
- Mohd, S. M., & Basir, M. S. (2009). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4(4), 129-135.
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 71, 70-83.
- Moreno, H. M., & Espíritu, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 4(8), 101-122.
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista De Psicología Del Trabajo y De Las Organizaciones*, 22(1), 75-100.
- Morris, C., & Maisto, A. (2005). *Introducción a la Psicología*. México: Pearson Prentice Hall.
- Mundo Alma. (2014). ¿Cuál es el perfil del emprendedor de clase media en Latinoamérica? – edición 08. <http://www.mundoalma.com/cual-es-el-perfil-del-emprendedor-de-clase-media-en-latinoamerica/#sthash.zCzwl0ZT.dpuf>.

- Noruzi, M. R., Westover, J. H., & Rahimi, G. R. (2010). An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era. *6* (6), 3-10.
- Ordeñana, X. y Arteaga, E. (2012). Middle-Class Entrepreneurship and the Effect of Social Capital. *Inter-American Development Bank*, (318), 1-28.
- Organización Mundial de la Salud. (2014). *Temas de salud*. Recuperado el 24 de febrero de 2014, de <http://www.who.int/topics/gender/es/>.
- Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revistas Ciencias Estratégicas* , 16 (20), 225-235.
- Osorio T, F. F., & Pereira L, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración* , 24 (43), 13-33.
- Padrón, G. A., & Sánchez de G, M. (2010). Efecto de la motivación al logro y la inteligencia emocional en el Crecimiento Psicológico. *Revista Venezolana de Gerencia* , 15 (49), 141-157.
- Palich, L., & Bagby, D. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing* , 10, 425-438.
- Palomo, M. T. (2007). *Liderazgo y Motivación de Equipos de Trabajo*. (4ª Edición ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del Conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración* , 20 (34), 11 - 37.
- Petit, E. E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales* , XIII (3), 495-506.
- Puga V, J., & Martínez C, L. (2008). Competencias directivas en escenarios globales. *Estudios Gerenciales* , 87-103.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión* (26), 94-119.
- Rodríguez, M. y Santos, F. (2008). Women nascent entrepreneurs and Social capital in the of firm creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(1), 45-64.

- Sánchez, J. C. (2011). Entrepreneur ship: Introduction. *Psicothema* , 23 (3), 424-426.
- Sánchez, J. C. (2011). Entrepreneurship as a legitimate field of knowledge. *Psicothema* , 23 (3), 427-432.
- Sánchez, L. (2003). Perfil psicológico del autoempleado. *Tesis de doctorado publicada* . Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Mexico: Folio.
- Simón M, V., Revuelto T, L., & Medina L, A. F. (2012). La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación. *Estudios Gerenciales* , 28, 237-262.
- UAM-Business. (s.f.). <http://www.autonoma.edu.co/>. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de <http://www.autonoma.edu.co/>: <http://www.autonoma.edu.co/index.php/es/unidades/uambusiness>
- Universidad Autonoma de Manizales-UAM. (s.f.). <http://www.autonoma.edu.co/>. Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, de <http://www.autonoma.edu.co/index.php/es/programas/posgrado/facultad-de-estudios-sociales-y-empresariales/maestria-en-administracion-de-negocios>
- Van Rensburg, D. J. (2013). Is Strategic Entrepreneurship a Pleonasm? *Journal of Management and Strategy* , 4 (1), 15-27.
- Varela, R. (2003). *Hacia una Universidad con espíritu empresarial*. Viña del Mar: II conferencia de investigación en Entrepreneurship en Latino América.
- Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, D. C: Prentice Hall.
- Varela, R., & Bedoya, O. L. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales* , 21-47.
- Veciana, J. M. (2005). La creación de empresas. Un enfoque gerencial. *Colección Estudios Económicos* (33), 1-307.
- Vigorena, F. (2006). Educación emprendedora. *Pharos*, 13(1), 59-65.

## ANEXOS

### ENCUESTA

Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

#### CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS GRADUADOS DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES

##### I. INFORMACIÓN PERSONAL

**Instrucciones de Diligenciamiento:** Marque con una X donde corresponda.

- 1.1 Fecha de nacimiento: A \_\_\_\_ M \_\_\_\_ D \_\_\_\_
- 1.2 Género: Masculino: \_\_ Femenino: \_\_
- 1.3 Año de graduación: \_\_\_\_\_
- 1.4 Estrato socioeconómico: 1. \_\_ 2. \_\_ 3. \_\_ 4. \_\_ 5. \_\_ 6. \_\_
- 1.5 Estado civil: Soltero: \_\_ Casado: \_\_ Otro: \_\_
- 1.6 Formación de Pregrado: \_\_\_\_\_
- 1.7 Otros Posgrados: \_\_\_\_\_
- 1.8 Lugar de Residencia: \_\_\_\_\_

##### 2. INFORMACIÓN FAMILIAR- ANTECEDENTES EMPRESARIALES

¿Alguno de los siguientes integrantes de su familia posee negocio propio?

Padre o madre: \_\_ Hermanos (as): \_\_ Tíos (as): \_\_ Abuelos: \_\_

¿El negocio está orientado al crecimiento? Sí \_\_ No \_\_

##### 3. PERFIL DEL ENCUESTADO

3.1 Ocupación:

Empleado: \_\_

Emprendedor: \_\_

Trabajador: \_\_

Empresa familiar: \_\_

Estudiante: \_\_

Desempleado: \_\_

#### 4. INFORMACIÓN RELACIONADA CON EL DESARROLLO DE CARACTERÍSTICAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

A continuación se presenta una serie de preguntas relacionadas con las características del perfil emprendedor y la percepción que se tiene frente al aporte que la formación posgradual hace al perfil emprendedor.

##### PARTE 1.

<p>a) Tiene o ha tenido idea de negocio Sí__ No__</p> <p>b) Si su respuesta es afirmativa, hasta dónde? (Marque varias opciones si es necesario)</p> <p>Idea:__</p> <p>Plan de Negocios o CANVAS:__</p> <p>Negocio en marcha:__</p> <p>Empresa constituida legalmente:__</p> <p>c) Dicha propuesta la ha trabajado: Solo:__ En equipo:__</p> <p>d) Año en que dio inicio a la idea de negocio:_____</p> <p>e) Tipo de empresa _____</p> <p>f) Tiempo que tuvo o que lleva con la empresa o negocio: Años__ Meses__ Días__</p> <p>g) Ha recibido apoyo de la unidad de emprendimiento de la UAM? Si__ No__</p> <p>¿Cuál o de que tipo?</p> <p>Asesoría:__</p> <p>Capacitación:__</p> <p>Participación en ferias:__</p> <p>Suministro de Contactos:__</p>
---

##### PARTE 2.

Marque con una X cada uno de los planteamientos que usted considere más acertados, siendo:

- |  |  |
|--|--|
| <p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: Parcialmente en desacuerdo</p> <p>3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4: Parcialmente de acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p> | <p><b>Nota:</b> Recuerde que debe dar respuesta a todas las preguntas planteadas, marcando una de las 5 casillas de respuesta que se proponen.</p> |
|--|--|

Las afirmaciones que a continuación se presentan se basan en el modelo conceptual presentado por Gartner (1989).

PERFIL EMPRENDEDOR	1	2	3	4	5
1. Constantemente siento el impulso de crear ideas originales o diferentes.					
2. Considero que tengo un pensamiento flexible y capacidad imaginativa.					
3. Tengo habilidad para resolver las dificultades que se me presentan a través de la generación de nuevas ideas.					
4. Considero que la formación posgradual aporta al desarrollo o fortalecimiento de la creatividad.					
5. Considero que ejecutar acciones de emprendimiento permiten el reconocimiento de mis capacidades y habilidades					
6. Pienso que a mayor autonomía, mayor individualismo (menos se reconoce la importancia de otros)					
7. Considero que la formación posgradual aporta al desarrollo o fortalecimiento de la autonomía.					
8. Cuando debo tomar una decisión, normalmente selecciono las situaciones más relevantes a atender.					
9. Busco posibles alternativas de solución y me informo detalladamente frente a la situación que se está presentado.					
10. La búsqueda de la solución la hago teniendo en cuenta los recursos con los que cuento o estoy en capacidad de adquirir.					
11. Considero que la formación posgradual aporta a la toma de decisiones racionales y éticas.					
12. Normalmente identifico las consecuencias que pueden tener mis acciones sobre mí y sobre otras personas.					
13. Considero que una empresa debe velar no solo por su crecimiento económico, sino que además, debe trabajar para aportar al equilibrio social y ambiental.					
14. Creo que cuando se inicia una idea de emprendimiento, se adquieren obligaciones tanto legales como éticas.					
15. Considero que la formación posgradual aporta al desarrollo o fortalecimiento de la responsabilidad					
16. Creo que tengo la habilidad para generar nuevas iniciativas cuando realizo trabajos en colectivo.					
17. Considero que tengo la capacidad para mediar situaciones de conflicto.					
18. Pienso que transmito emoción, energía, confianza a los demás.					
19. Poseo visión y capacidad de convocar y movilizar a otros.					
20. Considero que la formación en la maestría ha contribuido al fortalecimiento y desarrollo de mi liderazgo.					

21. Tengo la capacidad de trabajar con equipos interdisciplinarios con el fin de promover su emprendimiento sin temor a compartirlo.					
22. Genero espacios suficientes para que los integrantes de la organización contribuyan al desarrollo de un nuevo proyecto o idea.					
23. Considero que tengo la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas.					
24. Creo que la formación en la maestría contribuyó al fortalecimiento de mi capacidad para trabajar en equipo.					
25. Para mi es importante promover el bien común, y comprometerme con el bienestar de otros.					
26. Me esmero para que otros logren cumplir sus metas.					
27. Creo que la formación en la maestría contribuyó a fortalecer mi espíritu solidario.					
28. Normalmente siento interés por identificar mis virtudes y falencias.					
29. Busco constantemente oportunidades que me permitan mejorar y crecer en diferentes contextos de mi vida.					
30. Creo que mi formación en el posgrado contribuyó a fomentar la necesidad de logro.					
31. Pienso que el miedo al fracaso me impide iniciar un negocio.					
32. Al momento de iniciar un proyecto evaluo variables del entorno con el fin de minimizar el riesgo.					
33. Con la información que obtengo a partir de la evaluación del entorno, inicio la ejecución del proyecto.					
34. Considero que tengo la capacidad de asumir riesgos.					
35. Creo que mi formación en el posgrado contribuyó a la capacidad para minimizar riesgos.					
36. Poseo el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio o potenciar uno ya existente.					

Las afirmaciones que a continuación se presentan se basan en el marco metodológico planteado por la BABSON COLLEGE.

<b>El plan de estudios de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales, en la formación de emprendimiento presenta contenidos centrados en:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
37. Crecimiento en el Mercado					
38. Liderazgo en el Mercado					

39. Creación de valor extraordinario					
40. Liderazgo competitivo					
41. Orientación global					
42. Formación en ventas					
43. Formación en negociación					
44. Formación y liderazgo de equipos de trabajo					
45. Contratación de personal					
46. Enseñanza de beneficios empresariales					

<b>La Maestría en Administración de Negocios ofrece en su formación en emprendimiento la posibilidad de:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
47. Participar en proyectos empresariales.					
48. Tener contacto con clientes o socios de los negocios.					
49. Desarrollar habilidades prácticas (no sólo centrarse en la formación teórica).					

**Muchas gracias por su participación!**

## PRESUPUESTO

### Descripción de los gastos de personal

Personal	Valor Hora	N° de Horas/mes	N° de meses	Valor Total
Investigador (Ronald Fabián Bonilla)	\$ 20.000	40	8	\$ 6.400.000
Investigador (Jorge Orlando García)	\$ 20.000	40	8	\$ 6.400.000
Directora de tesis	\$ 60.000	10	8	\$ 4.800.000
Asesor Estadístico (Por definir)	\$ 40.000	5	8	\$ 1.600.000
Auxiliar de investigación (diseño de la encuesta en Google Drive aplicación de encuestas)	\$ 10.000	22	8	\$ 1.760.000
<b>Valor Total Personal</b>				<b>\$ 20.960.000</b>

### Gastos de transporte

Concepto	Gastos de viaje / mes	N° de meses	N° de personas	Valor Total
Gastos transporte local	\$ 50.000	8	2	\$ 800.000
<b>Valor Total Gastos de transporte local</b>				<b>\$ 800.000</b>

### Insumos y suministros

Concepto	Unidad	N° de Unidades	Vr/ Unidad	Valor Total
Papelería y fotocopias	Mes	8	\$ 50.000	\$ 400.000
Insumos, cartuchos, etc.	Paquete	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Paquete estadístico: SPSS Base: 567 € + 113 € de mantenimiento.	Programa	1	\$1.904.000	1.904.000
<b>Valor Total Gastos de insumos y suministros</b>				<b>\$ 2.804.000</b>

### Equipos (se tiene en cuenta el uso de los equipos en el proyecto)

Concepto	Unidad	N° de meses	Vr. Mes	N° de unidades	Valor Total
Computador personal	Equipos de computo	8	\$ 100.000	2	\$ 1.600.000
<b>Valor Total Gastos por utilización de equipos de cómputo personales</b>					<b>\$ 1.600.000</b>

### Total Gastos del proyecto

Concepto	Valor
Personal	\$ 20.960.000
Gastos de transporte	\$ 800.000
Insumos y suministros	\$ 2.804.000
Equipos	\$ 1.600.000
<b>Total</b>	<b>\$ 26.164.000</b>