

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3160

Análisis del comportamiento emprendedor en estudiantes de la maestría en gestión organizacional, de la facultad de ciencias, tecnologías y artes de la Universidad Nacional de Pilar, 2021

Oswaldo Javier Silva López

osvaldojaversilva@gmail.com

Universidad Nacional de Pilar

Pilar - Paraguay

RESUMEN

El emprendedurismo hoy día no es privativo del sector empresarial, sino más bien se convierte en un modelo de trabajo aplicable también a organizaciones públicas y sociales; fomentarlo permite encontrar nuevas maneras de resolver problemas, desarrollar nuevas actividades, servicios y productos, ya que este se presenta como un agente activo y transformador de los valores; el objetivo del trabajo fue caracterizar el perfil emprendedor de los estudiantes de la Maestría en Gestión Organizacional de la Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes de la Universidad Nacional de Pilar, en este caso, a partir de la teoría del comportamiento de David McClelland; se enmarcó dentro de un estudio de nivel descriptivo, observacional y prospectivo, basado en un abordaje metodológico cuantitativo realizado a estudiantes de la cohorte 2018, que suman 33 personas. Los resultados evidenciaron que las características del comportamiento emprendedor de los estudiantes se enmarcan hacia las pautas de logro en mayor nivel y en menor las que corresponde a las pautas de planificación y poder.

Palabras clave: comportamiento; emprendedurismo; estudiantes; perfil.

Correspondencia: osvaldojaversilva@gmail.com

Artículo recibido 10 agosto 2022 Aceptado para publicación: 10 septiembre 2022

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Silva López, O. J. (2022). Análisis del comportamiento emprendedor en estudiantes de la maestría en gestión organizacional, de la facultad de ciencias, tecnologías y artes de la Universidad Nacional de Pilar, 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 1091-1105. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3160

Analysis of entrepreneurial behavior in students of the master's degree in organizational management, from the Faculty of Sciences, Technologies and Arts of the National University of Pilar, 2021

ABSTRACT

Entrepreneurship today is not exclusive to the business sector, but rather becomes a working model that is also applicable to public and social organizations; promoting it allows finding new ways to solve problems, develop new activities, services and products, since it is presented as an active agent and transformer of values; The objective of the work was to characterize the entrepreneurial profile of the students of the Master's Degree in Organizational Management of the Faculty of Sciences, Technologies and Arts of the National University of Pilar, in this case, based on David McClelland's behavior theory; It was framed within a descriptive, observational and prospective study, based on a quantitative methodological approach carried out on students of the 2018 cohort, which totals 33 people. The results showed that the characteristics of the entrepreneurial behavior of the students are framed towards the achievement guidelines at a higher level and those corresponding to the planning and power guidelines at a lower level.

Keywords: behavior; entrepreneurship; students; profile.

INTRODUCCIÓN

El emprendedurismo es como un motor capaz de impulsar el desarrollo de un país, y claro está, también el de una organización, ya sea Pública o Privada. El emprendedurismo hoy día no es privativo del sector empresarial, sino más bien se convierte en un modelo de trabajo aplicable también a organizaciones públicas y sociales. Fomentarlo permite encontrar nuevas maneras de resolver problemas, desarrollar nuevas actividades, servicios y productos, ya que este se presenta como un agente activo y transformador de los valores.

Múltiples estudios se han realizado con respecto a caracterizar el comportamiento emprendedor de personas que se dedican al comercio, independientes, corporativos y hasta de los denominados emprendedores internos. Venturi y otros, (2012) mencionan que “Ser emprendedor significa mucho más que una simple denominación o un concepto; pasa a ser una actitud, un comportamiento que caracteriza a una persona, a su organización y la caracterización en el perfil de un profesional; es una visión de futuro y de éxito” (p. 15).

Venturi y otros, (2012) indican que el concepto de emprendedor conforme avanzan los tiempos ha ido ampliando su contexto de acción y definición, pasando de ser considerado emprendedora aquella persona “que asumía riesgos en una negociación de compra de servicios o mercaderías a un determinado precio, con la intención de revenderlos más tarde a precios inciertos” (p. 16), concepto que refiere al sujeto propietario-inversionista que crea una nueva empresa con fines de lucro; posteriormente fue Schumpeter (citado por Venturi y otros, 2012, p. 17), que conceptualiza al emprendedor como “todo aquel que realiza nuevas combinaciones de medios de producción y, por lo tanto, incluye no sólo a aquellos hombres de negocios “independientes”, sino a todos los que realicen dicha función, bien sean dependientes o empleados de una compañía”.

También Venturi y otros (2012), mencionan que “lo que mueve a un emprendedor es la realización del proyecto, no únicamente las recompensas monetarias, sino la realización personal” (p. 20), considerando lo expuesto encontramos que existen otros modelos de emprendedurismo no vinculados al sector empresarial, y tampoco movidos sólo por la búsqueda de lucro en sus emprendimientos. En este caso hacemos referencia al emprendedor social que “asume una actitud de inconformismo y crítica delante de las injusticias sociales existentes en su región y en el mundo” afirman Melo Neto y Froes, citado por Venturi y otros, (2012, p. 93).

Tal como lo hacen notar Tortós Hidalgo, (2013, citado en Villalba Benítez y Ortega, 2019), [...] la diferencia entre el Emprendedurismo tradicional y el Emprendedurismo Social, radica en que el objetivo primordial de este último es buscar la creación y sostenibilidad de valor social, más que del valor económico o de utilidades, si bien es cierto el desarrollo tiene que ser sostenible en el tiempo. Temas como el medio ambiente, equidad de género, desarrollo poblacional, acceso a educación, ofrecimiento de empleo a poblaciones vulnerables, etc., son solo algunos de los abarcados por el Emprendedurismo Social (p. 149).

Desde la perspectiva de Malagón y Colombia, (2003, p. 13) los “Emprendedores sociales tienen características semejantes a los emprendedores de negocios, pero poseen una misión social donde el objetivo final no es la creación de lucro, más es la creación de valor social; son agentes de transformación en la sociedad”.

Entonces vemos que el emprendedor social tiene semejanzas comportamentales a los demás emprendedores, pero difiere al emprendedor privado en los objetivos que persigue, a su vez, existe la diferencia entre el emprendedor privado propietario y el emprendedor colaborador o emprendedor interno tal como lo define Pinchot (1985). (Pinchot, 1985)

Olivera Rivera y Olmedo Pizarro (2009, citado en Villalba Benítez y Ortega, 2019) ofrecen un interesante recuento de las principales teorías sobre el emprendedurismo:

David Mc Clelland (1987, citado en Villalba Benítez y Ortega, 2019) alude al factor motivacional y su relación con el grado de espíritu emprendedor, pero la motivación para emprender un proyecto dependerá del lugar que éste ocupe en la jerarquía de motivos del individuo. Este autor propone que el hombre de empresa, no realiza componente motivacional mucho más fuerte que el deseo de logro, de hacer un buen trabajo.

En la opinión de Olivera Rivera y Olmedo Pizarro, (2009, p. 53, citado en Villalba Benítez y Ortega, 2019), si una persona dedica su tiempo de meditación a pensar cómo hacer las cosas mejor, los psicólogos dicen que tiene motivación al logro. Si lo ocupa pensando en su familia y en sus amigos, dicen que tiene motivación hacia la afiliación y si lo dedica a especular sobre jefes y estructuras de poder se dice que tiene motivación al poder.

El espíritu emprendedor ofrece beneficios de desarrollo para el individuo, la empresa y la comunidad como un todo, provee a la comunidad con una posibilidad real de desarrollo pues le da a la cultura en cual se mueve dicha comunidad: energía, dinamismo, orientación al trabajo, variedad, elasticidad, acción, innovación, creatividad que es el

componente principal de los valores culturales que han caracterizado los grupos, las regiones y los países que han logrado el desarrollo “espíritu empresarial y desarrollo económico” (Varela, 2008).

Spinosa, Flores y Dreyfus (citados por Olivera Rivera y Olmedo Pizarro, 2009) consideran que la actividad del emprendedor no está especializada, sino que está mucho más basada en las actividades diarias. El emprendedor es alguien cercano a la actividad normal de cualquier persona.

No obstante, tiene un mayor sentido de implicación y compromiso en las actividades que realiza y esto es lo que le permite ver nuevas posibilidades y oportunidades. Ve la estructura de la actividad humana con más claridad. Y contribuye a reconfigurar las prácticas de las sociedades en que está inserto. Los emprendedores exitosos llegan a modificar las pautas de comportamiento o las actitudes en determinados ámbitos sociales, incluso en la sociedad en general. Son verdaderos agentes de cambio. El emprendimiento es necesario, pero no suficiente; las condiciones económicas moldean y a su vez son moldeadas por la capacidad de emprender que existe en una determinada sociedad (pp. 55-56).

Una de las primeras personas en estudiar a los emprendedores y a quien hoy se le considera el padre de las teorías actuales fue J. Schumpeter (1934). Este economista, profesor de Harvard, fue uno de los primeros en contemplar e integrar la importancia del emprendedor en la teoría sobre el crecimiento económico. Para éste, las fuerzas que conducen al desarrollo económico son los emprendedores y la competencia. El emprendedor caracterizado por innovar, romper los viejos equilibrios y crear nuevas combinaciones es quien determina el desarrollo. Lo determina porque lleva a cabo un cambio endógeno y discontinuo en la economía.

McClelland, plantea que la motivación está condicionada por las necesidades de las personas ya que es el punto de partida del patrón de comportamiento del individuo (Donnelly y otros, 1994). Una necesidad no satisfecha crea una tensión al interior del individuo que origina estímulos dentro del mismo, dando como resultado la generación de un comportamiento de búsqueda de metas específicas, que de lograrlo satisfarán la necesidad y llevaran a la reducción de la tensión (Robbins, 1999). Si observamos este análisis desde la perspectiva del emprendedor notaremos que las características propias

del individuo se complementan directamente con la orientación del emprendedor, de hecho, este desarrolla una fuerza interna la cual a pesar de las adversidades se mantiene constante para el logro de sus objetivos. Esta fuerza entonces podremos definirla como Necesidad. Este autor realizó uno de los estudios más importantes de la historia a nivel motivacional el cual dio como resultado la construcción de su teoría de las necesidades aprendidas de la motivación que se relaciona estrechamente con los conceptos del aprendizaje y piensa que muchas necesidades se adquieren de la cultura de la sociedad. Estas son las necesidades de logro (n Log), poder (n Pod), y afiliación (n Afi). (Pulgarín Molina y Cardona Acevedo, 2013).

Las investigaciones han aportado la base para desarrollar el perfil de las personas sobre la necesidad de logro y ha señalado la complejidad para la motivación para los logros (Kolb y otros, 2007), las cuales posteriormente han tenido implicaciones en conocimiento y comprensión de los empresarios a nivel internacional (como se cita en Pulgarín Molina y Cardona Acevedo, 2013, pp. 22-23).

McClelland logró identificar 3 patrones de comportamiento en los individuos, los cuales denominó como las 3 necesidades aprendidas las cuales se exponen a continuación:

Necesidad de Logro

Es la “necesidad de alcanzar metas y esforzarse continuamente para hacer las cosas mejores”. Se refiere al impulso de lograr metas, sobresalir, y esforzarse para obtener éxito. Establece que los individuos que tienen alta necesidad de logro son personas que luchan por metas y tareas difíciles, encuentran mayor grado de satisfacción al encarar una situación de esfuerzo, prefieren realizar labores que requieran mayor responsabilidad personal en donde puedan superar obstáculos y optan por trabajos en donde se haya oportunidad a experimentar un sentimiento de logro. Su motivación extrema al logro les permite ser orientados al mismo, aunque el ambiente en el que desenvuelven sería aún mejor si su fuerte motivación al logro fuese balanceada por necesidades balanceadas de poder y afiliación (Kolb y otros, 2007, citado por Pulgarín Molina y Cardona Acevedo, 2013, p. 4).

Necesidad de poder

Se define como “la necesidad de influenciar y liderar a otros, y tener el control sobre el ambiente de uno”. Se refiere al nivel de control que la persona desea tener sobre situaciones propias en las que se encuentra involucrado. Este tipo de personas se caracterizan por realizar tareas en donde puedan influenciar a los demás, se interesan

más por el status y el prestigio que sobre la eficiencia de su labor. Este tipo de persona busca el poder impulsivamente. El hecho de tener una alta necesidad de poder no lo hace automáticamente un autócrata o un autoritario (Kolb y otros, 2007, citado por Pulgarín Molina y Cardona Acevedo, 2013, p. 4).

Necesidad de Afiliación

Es “el deseo de establecer amistad y relaciones interpersonales cercanas”. Un individuo con una alta necesidad de afiliación, se esfuerza por mantener buenas relaciones con los demás, crea un ambiente grato de socialización, se preocupa por la gente y le gusta mantener una vida social activa. La fuerte necesidad de afiliación permite a estas personas involucrarse en situaciones donde la cooperación es importante, y buscan establecer relaciones con un alto grado de entendimiento mutuo. (Kolb y otros, 2007, citado por Pulgarín Molina y Cardona Acevedo, 2013, p. 4).

Estos elementos de interacción entre la conducta del individuo, sus motivaciones y su relación con el emprendimiento han sido rescatados por el programa para el fomento al emprendimiento de las Naciones Unidas (EMPRETEC) los cuales buscaron establecer un parámetro de relación directa entre las 3 necesidades de McClelland y sus respectivos elementos de desarrollo, con el fin de comprenderlos desde el significado del comportamiento emprendedor. Para ello desarrollaron una categorización de características las cuales definieron como Características del comportamiento emprendedor que son las siguientes:

Conjunto de pautas del Logro

- Ser persistente
- Buscar oportunidades e iniciativa.
- Buscar riesgos calculados.
- Exigir eficiencia y calidad.
- Cumplir sus compromisos.

Conjuntos de pautas de la Planificación

- Planificar sistemáticamente.
- Buscar información.
- Fijar metas.

Conjuntos de pautas de Poder.

- Ser persuasivo y construir redes de apoyo.
- Autoconfianza e independencia.

En concordancia con esta caracterización McClelland sostiene que un emprendedor posee una alta motivación al logro, que lo impulsa a mejorar, afrontar obstáculos y calcular. Por otra parte, los emprendedores tendrían una alta necesidad de logro y baja necesidad de poder. Mientras que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro (Olle 1997, citado por Pulgarín Molina y Cardona Acevedo, 2013, p. 5).

El éxito emprendedor en los negocios según McClelland se debe a su interés en el mismo y en las capacidades que este demuestra, ya que los negocios requieren que las personas asuman riesgos moderados y la responsabilidad personal de sus propias acciones, presten mucha atención a la retro alimentación en termino de costo y beneficio, y encuentren formas innovadoras de crear un producto o de proporcionar un nuevo servicio (McClelland, D.; Solano, G., 1989, citado por Pulgarín Molina y Cardona Acevedo, 2013, p. 6).

La investigación se justifica en la necesidad de contar con un diagnóstico inicial que permita caracterizar el perfil emprendedor de los estudiantes de la maestría en Gestión de Organizaciones de la Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes de la Universidad Nacional de Pilar, en este caso, a partir de la teoría del comportamiento de David McClelland, que permitirá conocer las fortalezas y debilidades de los perfiles, y así contribuir con datos importantes para trazar estrategias orientadas a optimizar las competencias en gestión emprendedora.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

El estudio fue de nivel descriptivo, observacional y prospectivo, basado en un abordaje metodológico cuantitativo que comprende la calificación de variables/constructos asociados a situaciones donde el encuestado calificó en un valor numérico según su consideración, posteriormente se valoró los resultados con técnicas de medición estadística; los resultados se expresaron de manera descriptiva desde el punto de vista de la teoría desarrollada por David McClelland.

Tabla 1

Marco operacional

| Objetivo General | Variables / Constructos | Técnica e instrumentos | Indicadores |
|---|---|--|--|
| Caracterizar el comportamiento emprendedor de los | <ul style="list-style-type: none">• Búsqueda de oportunidades e iniciativa.• Persistencia. | Se midió a través de una encuesta con 55 preguntas | Clasificación de las respuestas para obtener una |

| | | |
|--|--|--|
| estudiantes de la maestría en Gestión de Organizaciones de la Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes de la Universidad Nacional de Pilar. | <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento. • Exigir eficiencia y calidad. • Correr riesgos. • Fijar metas. • Búsqueda de información. • Planificación sistemática y seguimiento. • Persuasión y redes de apoyo. • Autoconfianza e independencia. | referentes a los constructos psicológicos, además la encuesta contó con una sección que consulta datos sociodemográficos. ponderación del nivel de comportamiento emprendedor, pudiendo ser de 0 a 15, nivel bajo; 16 a 20, nivel intermedio y de 21 a 25, nivel alto. |
|--|--|--|

Fuente: Elaboración propia

En esta investigación se realizó un censo a la totalidad de estudiantes de la cohorte 2018 de la Maestría en Gestión de Organizaciones de la FCTA, que suman 33 personas, según nómina proveída por la secretaría de la facultad. El instrumento utilizado en esta investigación fue un cuestionario volcado en formato digital, atendiendo las actuales restricciones y medidas sanitarias por la pandemia del Covid-19, el mismo constó de dos secciones fundamentales. En la primera se definieron los perfiles generales del encuestado (características socioeconómicas mínimas). En la segunda sección, se utilizó parte del instrumento “preparándose para triunfar” desarrollado por EMPRETEC este Programa para fomento del emprendedurismo fue concebido por las Naciones Unidas, adecuado y aplicado con éxito en más de 35 países a nivel mundial el cual se deriva del modelo de análisis de emprendedurismo de David McClelland. Esta recolección de datos parte del instrumento de 55 preguntas donde se indaga a los entrevistados acerca de que tan identificados se sienten con algunas situaciones particulares.

Estos responden en un rango de 1 al 5 (1 = Nunca; 2 = Raras veces; 3 = Algunas veces; 4 = Usualmente; 5 = Siempre). Con la información obtenida en la aplicación de las encuestas se procedió a ingresar la información a un aplicativo estadístico que permitió el desarrollo de su análisis, el aplicativo fue SPSS. Cabe mencionar que se excluyeron a los estudiantes que no formaban parte de la cohorte 2018 de la Maestría en Gestión de Organizaciones de la FCTA.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1.1. Características de la población de estudio

A continuación, se presentan datos de caracterización de la población de estudio, cohorte 2018 de la Maestría en Gestión de Organizaciones de la FCTA por sexo.

Tabla 2

Caracterización de la población de estudio

| Sexo | | |
|--------------|-----------|--------------|
| Femenino | 24 | 73 % |
| Masculino | 9 | 27 % |
| Total | 33 | 100 % |

En la Tabla 2 se visualiza que, de un total de 33 cuestionarios aplicados, el 73% pertenece a estudiantes del sexo femenino que equivale a 24 personas y un 27% corresponde al sexo masculino representando de esta manera a 9 personas.

Esta considerable diferencia en la participación de programas de grado en mayor cantidad por mujeres según CONAPO (Consejo Nacional de Población, 1995) puede sugerir que en el periodo analizado la mujer ha sido capaz de acceder a mayores espacios; el aumento de la razón mujeres/hombres en la matrícula escolar podría estar reflejando más un incremento de la deserción escolar masculina (debido a su incorporación más temprana a la actividad económica en años recientes) que una mayor presencia femenina derivada de la igualdad de oportunidades de acceso a la educación. No debe descartarse que la mayor participación de la mujer también podría explicarse por las presiones de competitividad laboral que obligan a hombres y mujeres a incrementar sus habilidades y conocimientos, a fin de obtener puestos mejor remunerados, optando así por cursar un posgrado y formar parte del personal más calificado.

1.2. Comportamiento emprendedor en estudiantes

En el presente apartado se visualizan los resultados obtenidos del instrumento aplicado y analizado teniendo como referencia la clasificación de las respuestas para obtener una ponderación del nivel de comportamiento emprendedor, pudiendo ser de 0 a 15, nivel bajo; 16 a 20, nivel intermedio y de 21 a 25, nivel alto.

Tabla 3

Comportamiento emprendedor

| VARIABLES / CONSTRUCTOS | ESTUDIANTES |
|-----------------------------------|-------------|
| Pautas del Logro | |
| Ser persistente | 17,03 % |
| Buscar oportunidades e iniciativa | 16,02 % |
| Buscar riesgos calculados | 17,06 % |

| | |
|---|----------------|
| Exigir eficiencia y calidad | 18,03 % |
| Cumplir sus compromisos | 18,89 % |
| Pautas de la Planificación | |
| Planificar sistemáticamente. | 15,72 % |
| Buscar información | 16,36 % |
| Fijar metas. | 17,46 % |
| Pautas de Poder | |
| Ser persuasivo y construir redes de apoyo | 15,22 % |
| Autoconfianza e independencia | 16,16 % |
| Promedio grupal | 18,05 % |

En la Tabla 3 se logra apreciar el resumen de los resultados de la puntuación promedio de la cohorte 2018 de la Maestría en Gestión de Organizaciones de la FCTA, en el cual la media de ninguno de los grupos alcanzó el mínimo ideal deseado que es 21 a 25 correspondiente a nivel alto; siendo el promedio general de 18,05 %.

Analizando los indicadores de manera individual, se observa que con mayor puntaje fueron Exigir Eficiencia y Calidad (18,03%) y Cumplir sus Compromisos (18,89%); las que registraron menor puntaje fueron Planificar Sistemáticamente (15,72%) y Ser Persuasivo y Construir Redes de Apoyo (15,22 %), estos puntajes denotan que ínfimamente superan el nivel bajo según la escala propuesta.

Realizando un análisis considerando el Conjunto de Pautas se identifica que en la correspondiente a **Pautas de Logro** sobresalen en puntaje: Exigir eficiencia y calidad (18,03%) y Cumplir sus compromisos (18,89%); con puntaje dentro de la media en relación al resto de los indicadores Ser persistente (17,03%) y Buscar riesgos calculados (17,06 %), y, con un menor logro, el nivel relacionado a Buscar oportunidades e iniciativa (16,02%).

En relación a las **Pautas de la Planificación**, los resultados demuestran un nivel promedio inclusive alejándose del nivel bajo por escaso puntaje el de Planificar sistemáticamente (15,72%), Buscar información (16,36 %) y Fijar metas (17,46 %).

Con respecto a las **Pautas de Poder**, se aprecian puntajes dentro del nivel intermedio en donde el indicador Ser persuasivo y construir redes de apoyo presenta un puntaje de (15,22%) y Autoconfianza e independencia (16,16 %) visualizándose mediante este análisis que la puta relacionada al poder es la que registra los menores niveles relacionado al comportamiento emprendedor.

Analizando estos resultados tomando como referencia las apreciaciones de McClelland (1965, citado en Marulanda Valencia y otros, 2014); se halla que los resultados de estos niveles de comportamiento para este autor específicamente en donde se demuestra una fuerte necesidad de poder producirá un determinado trabajo ético y compromiso para la organización, un gerente con necesidad de poder, produce que la gente se sienta atraída por el rol del líder, este tipo de gerente con necesidad de poder, sin embargo, no posee la flexibilidad requerida ni un “don de gentes”. McClelland argumenta que las personas con necesidad de logro son los mejores líderes, aunque puede existir una tendencia a demandar mucho del personal “staff” bajo la creencia de que dicho personal son todos como él, altamente motivados por el logro y los altos resultados, cosa que no siempre se manifiesta en el personal “staff”.

Este autor estuvo fascinado por la motivación del logro y en el laboratorio experimental ilustró un aspecto de la teoría sobre el efecto del logro en la motivación de la gente. McClelland acertó por medio de este experimento que mucha gente no posee esta fuerte necesidad de logro en la estrategia de motivación, pero aquellas personas que poseen esta necesidad, demuestran una conducta en seleccionar y establecer metas.

CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

Definitivamente la decisión de emprender podría generar beneficios no sólo económicos-sociales sino también individuales teniendo en cuenta que algunos teóricos lo plantean partiendo como una necesidad.

Para Torres-Figueroa y otros, (2016) el emprendedurismo hoy en día representa una alternativa profesional que permite a los egresados de las instituciones superiores crear proyectos que contribuyan al desarrollo económico del país, generando empleos, incentivando la innovación y fortaleciendo de esa forma al sector empresarial. Esto representa para las universidades un gran compromiso, dotar a la sociedad de profesionales capaces de responder a las exigencias y necesidades del entorno competitivo en el que habrán de desempeñarse.

Sin embargo, los resultados demuestran que existen algunas áreas que deben ser fortalecidas y potenciadas en los alumnos que los lleve tomar decisiones y adoptar actitudes o comportamientos más claros hacia acciones emprendedoras; si bien contrastando los resultados de las pautas tanto de logro, planificación y poder con la teoría de McClelland (1965, citado en Marulanda Valencia y otros, 2014) se ajustan a

individuos con comportamientos emprendedores dentro de un nivel intermedio; existen aspectos que deben ser afianzados.

David McClelland (1961, citado en Marulanda Valencia y otros, 2014) plantea que la necesidad de logro es lo que realmente lleva a un individuo a convertirse en emprendedor; su hipótesis es que este factor es, en parte, responsable del crecimiento económico. A su vez, el desarrollo de esta atribución está influenciado en la persona por la crianza y por aspectos sociales y culturales del entorno. Su aporte consistió, además de descubrir que este rasgo de la personalidad es indispensable para ser un emprendedor de éxito, en demostrar que este no es obligatoriamente innato, sino que se puede desarrollar (McClelland, 1965, citado en Marulanda Valencia y otros, 2014).

Por tanto, las recomendaciones ante los resultados obtenidos son: fortalecer en los alumnos las capacidades de planificación, estimularlos a tomar riesgos y brindarles las herramientas para poder prever los riesgos, generar en los alumnos la autoconfianza e independencia, motivarlos a ser persuasivos en sus metas y construir redes de apoyo.

Desde la facultad crear espacios de compartir experiencias y generar mecanismos de acompañamiento y monitoreo de alumnos con intención de emprender.

Afianzar los conocimientos de los alumnos con capacitaciones y talleres de proyectos e innovaciones como herramientas para emprender.

Promover espacios de intercambio de ideas con agentes del medio externo, acompañarlos por medio de la utilización de convenios institucionales con entidades gubernamentales.

Potenciar en ellos la capacidad de confiar en sus habilidades y motivarlos en realizar cambios tanto en su vida personal como en la sociedad.

LISTA DE REFERENCIAS

CONAPO (Consejo Nacional de Población). (1995). Situación Actual de la Mujer en México, Diagnóstico Sociodemográfico. *XXXIII Periodo de sesiones: Comisión de Población y Desarrollo de las Naciones Unidas*. Comisión de Población y Desarrollo de las Naciones Unidas.

Donnelly, J., Gibson, J., & Ivancevich, J. (1994). *Dirección y Administración de Empresa* (Única edición en español ed.). Addison Wesley Iberoamericana.

- FCCA-UNP. (2017). *Perfil de Egreso*. Obtenido de <http://contables.unp.edu.py/contaduria/>
- Malagón, F. A., & Colombia, D. C. (2003). El espíritu emprendedor y la creación de empresa. *Fed. Colombia*, 13.
- Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*(N° 36), 206-238.
- Olivera Rivera, E., & Olmedo Pizarro, L. (2009). Características emprendedoras de Egresados de Contador Auditor e Ingeniería en Administración de empresas de la Universidad Católica de Maule. *Revista UCMAule*(37), 49-72. Obtenido de <http://www.ucm.cl/uploads/media/Olivera.pdf>
- Pinchot, G. (1985). *Intraemprendimiento: Por qué no tienes que dejar la organización para convertirte en emprendedor*. Nueva York: Harper & Row.
- Pulgarín Molina, S., & Cardona Acevedo, M. (2013). Caracterización del Comportamiento Emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario. *Escuela de Administración de Negocios*, 22-39.
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento Organizacional*. México: Editorial Prentice Hall.
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional (J. Brito, Trad.)*. México: Pearson Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Schumpeter, J. (1934). *La teoría del desarrollo económico*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Torres-Figueroa, M. G., Mendoza- Olea, L. D., Lara-Soto, Y., & Zazueta, J. G. (2016). Emprendimiento y su percepción en los estudiantes de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales. *Universidad de Sonora, Año 2*(núm. 1), 1680-1700.
- Tortós Hidalgo, L. (2013). Desarrollos de emprendedurismo social en Costa Rica: Características y casos existentes en el país.
- Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial. Arte Ciencia y Creación de Empresas* (3ª ed. ed.). México: Editorial Pearson.

- Venturi, J., Villalba Benítez, E. F., Godoy Caballero, R. C., Fretes Ayala, P. E., Ocampo del Valle, D., & Ferreiro Irala, H. M. (2012). *Formando Emprendedores*. Pilar, Paraguay: Universidad Nacional de Pilar.
- Villalba Benítez, E., & Ortega Carrasco, R. (2021). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. *Fundación Universitaria Konrad Lorenz*, 10. Obtenido de http://revistasumadenegocios.konradlorenz.edu.co/wp-content/uploads/2020/10/RSN_1226_04_Perfil_emprendedor.pdf
- Villalba Benitez, E., & Ortega, R. (2019). Aproximación a las características emprendedoras del gestor universitario. *Arandu UTIC*, 6(1), 145-162. Obtenido de <http://www.utic.edu.py/revista.ojs/index.php/revistas/article/view/83>