

La Motivación del Emprendedor e Intraemprendedor en Estudiantes y Egresados de Gestión
Empresarial

Melissa Villamizar Arias

Trabajo De Grado Para Optar Por El Titulo De Profesional En Gestión Empresarial

Director

Luz Helena Villamizar Cáceres

Magister en Administración de las Organizaciones

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2023

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, quienes han sido mi mayor fuente de inspiración y apoyo incondicional a lo largo de mi vida. Su amor, paciencia y constante aliento han sido fundamentales en mi camino académico. A mi familia y a mi novio agradezco profundamente su amor incondicional, por impulsarme cuando más lo necesite, por ser mi pilar, guía y ejemplo en cada paso que he dado.

Agradecimientos

A Dios por ser una guía e iluminar mi camino.

A mi amada familia, a quienes siempre han estado a mi lado brindándome su amor incondicional, su apoyo constante, animo, paciencia y su sabiduría, sin todo su apoyo no sería posible. A mi amado novio, sus palabras de fuerza y ánimo, su ejemplo, su paciencia y comprensión han sido un impulso y fortaleza constante. Amores, gracias por creer en mí e inspirarme cada día con su ejemplo a superar cualquier obstáculo.

A Jennifer Damaris Gómez, mi querida CIPAS y una amiga para toda la vida, cuya bondad y espíritu valiente, perseverante, generoso y admirable han marcado profundamente mi corazón. Su presencia en esta travesía académica ha sido mucho más que apoyo; ha sido una fuente de inspiración constante y un pilar crucial en mi desarrollo personal y académico. Gracias por ser esa luz y por enriquecer mi vida de manera tan significativa.

Agradezco de manera especial a todos los profesores y profesionales que brindaron su tiempo y conocimientos para enriquecer mi formación académica. Sus enseñanzas han sido fundamentales en mi crecimiento como profesional. Infinitas gracias a la coordinadora académica Ing. Margarita por su constante apoyo y por brindarnos oportunidades para continuar.

Agradezco a todos los participantes de mi estudio, quienes generosamente colaboraron y compartieron sus experiencias. Sin su contribución, este trabajo no hubiera sido posible.

Agradezco también a todas las personas que, de una forma u otra, han dejado una huella en mi camino. Sus palabras de aliento, consejos y apoyo han sido invaluable.

Contenido

	<i>Pág.</i>
Introducción	12
1. Objetivos	14
1.1 Objetivo general.....	14
1.2 Objetivos específicos	14
2. Marco teórico	15
2.1 Gestión empresarial	15
2.1.1 Definición y evolución de la gestión empresarial.....	15
2.1.2 Funciones clave de la gestión empresarial.....	15
2.1.3 Programa de Gestión Empresarial IPRED UIS	17
2.3 Emprendedor.....	18
2.4 Emprendimiento.....	19
2.4.1 Perfil emprendedor en el contexto del programa Gestión Empresarial UIS.....	19
2.5 Intraemprendimiento.....	21
2.5.1 Beneficios del intraemprendimiento	22
2.5.3 Características y perfil del intraemprendedor	23
2.5.4 Miedos de intraemprendimiento	25
2.6 Trabajador eficaz	26
2.7 Motivación	26
2.7.1 La motivación	26
2.7.2 Teorías de la motivación.....	27
2.7.2.1 Proceso de la motivación.	27
2.7.3 Teoría de la pirámide de Maslow.....	28
2.7.3.1 Teoría de McClelland	29
2.7.3.2 Motivación intrínseca y extrínseca.	30
2.7.3.2.1 Motivación intrínseca.....	31
2.7.3.2.2 Motivación extrínseca.....	31
2.7.3.2.3 Motivación Trascendental.....	31

2.7.3.2.4	Importancia de la motivación Intrínseca, Extrínseca trascendental.....	32
2.7.3.2.5	Motivación, Impulsor del Emprendedor e Intraemprendedor.....	33
2.7.3.3	Motivación en el contexto del emprendedor y el intraemprendedor.	34
2.7.3.4	Impacto del emprendimiento en la economía y la autonomía profesional.	35
2.7.3.5	Factores clave para el impulso del emprendimiento.....	36
2.7.3.6	Características y desafíos del perfil emprendedor universitario.	36
3.	Metodología.....	37
3.1	Población.....	38
3.2	Tipo de muestreo.....	39
4.	Análisis de resultados.....	40
4.1	Pregunta 1: Género.....	41
4.2	Pregunta 2: Edad.....	42
4.3	Pregunta 3: Indique en que semestre de gestión empresarial se encuentra.....	44
4.4	Pregunta 4: Si es egresado por favor indique el año de finalización.....	46
4.5	Pregunta 5: ¿Qué descripción se ajusta mejor a su perfil y sus preferencias? Seleccione la opción con la que se sienta más identificado.....	47
4.6	Perfil: Emprendedor.....	49
4.6.1	Pregunta 6: ¿Cuál considera que es y ha sido su principal motivación para decidir ser emprendedor?.....	49
4.6.2	Pregunta 7: ¿Cuál de los siguientes factores considera que es y ha sido parte de su motivación para decidir ser emprendedor?.....	51
4.6.3	Pregunta 8: ¿Considera que el programa de gestión empresarial de la UIS ha aportado e influido para su desarrollo como emprendedor?.....	53
4.7	Perfil: Intraemprendedor.....	55
4.7.1	Pregunta 9: ¿Cuál considera que es y ha sido su principal motivación para decidir ser intraemprendedor?.....	55
4.7.2	Pregunta 10: ¿Cuál de los siguientes factores considera que es y ha sido parte de su motivación para decidir ser intraemprendedor?.....	58
4.7.3	Pregunta 11: ¿Estás interesado en dar el paso de ser intraemprendedor a ser emprendedor?.....	60
4.7.4	Pregunta 12: ¿Qué considera que le aportado el programa de gestión empresarial de la UIS para su desarrollo como intraemprendedor?.....	62
6.	Clasificación de las motivaciones.....	63

6.1 Clasificación de las motivaciones de los emprendedores	64
6.2 Clasificación de las motivaciones de los intraemprendedores.....	67
7. Conclusiones	71
7. Recomendaciones	73

Lista de Tablas

	<i>Pág.</i>
Tabla 1 <i>Género</i>	41
Tabla 2. <i>Rangos de edad</i>	42
Tabla 3. <i>Etapa académica</i>	44
Tabla 4. <i>Año de finalización egresados</i>	46
Tabla 5. <i>Tipos de perfil</i>	47
Tabla 6. <i>Perfil de los estudiantes y egresados</i>	48
Tabla 7. <i>Motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender</i>	49
Tabla 8. <i>Factores que inciden en la motivación del emprendedor</i>	52
Tabla 9 <i>Aporte o influencia del programa Gestión Empresarial en los emprendedores</i>	54
Tabla 10. <i>Motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor</i>	56
Tabla 11. <i>Factores que inciden en la motivación del intraemprender</i>	58
Tabla 12. <i>Interés de pasar de intraemprendedor a emprendedor</i>	60
Tabla 13. <i>Aporte o influencia del programa Gestión Empresarial en los intraemprendedores</i> .	62
Tabla 14 <i>Clasificación de las motivaciones de los emprendedores</i>	64
Tabla 15 <i>Clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender</i>	64
Tabla 16 <i>Clasificación factores que inciden en la motivación del emprendedor</i>	65
Tabla 17 <i>Clasificación de las motivaciones de los intraemprendedores</i>	67
Tabla 18 <i>Clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor</i>	67
Tabla 19 <i>Clasificación de los factores que inciden en la motivación del intraemprender</i>	68

Lista de Figuras

	<i>Pág.</i>
Figura 1. <i>Proceso de la motivación desde las necesidades</i>	27
Figura 2 <i>Pirámide de Maslow</i>	29
Figura 3 <i>Género</i>	41
Figura 4. <i>Rangos de edad</i>	43
Figura 5. <i>Etapa académica</i>	44
Figura 6 <i>Año de finalización egresados</i>	46
Figura 7. <i>Perfil</i>	48
Figura 8. <i>Motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender</i>	50
Figura 9. <i>Factores que inciden en la motivación del emprendedor</i>	52
Figura 10 <i>Aporte o influencia del programa Gestión Empresarial en los emprendedores</i>	54
Figura 11. <i>Motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor</i>	57
Figura 12. <i>Factores que inciden en la motivación del intraemprender</i>	59
Figura 13. <i>Interés de pasar de intraemprendedor a emprendedor</i>	61
Figura 14 <i>Aporte o influencia del programa Gestión Empresarial en los intraemprendedores.</i>	62
Figura 15 <i>Clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender...</i>	64
Figura 16 <i>Clasificación factores que inciden en la motivación del emprendedor</i>	65
Figura 17 <i>Clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor</i>	68
Figura 18 <i>Clasificación de los factores que inciden en la motivación del intraemprender</i>	69

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A. <i>Encuesta motivaciones de los emprendedores e Intraemprendedores</i>	79

Resumen

Título: La Motivación del Emprendedor e Intraemprendedor en Estudiantes y Egresados de Gestión Empresarial*

Autor: Melissa Villamizar Arias**

Palabras Claves: Motivaciones, Gestión Empresarial, Emprendimiento, Intraemprendimiento

Descripción

Esta investigación se centra en identificar la motivación del emprendedor e intraemprendedor entre estudiantes y egresados del programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander en Bucaramanga. Se realizó un análisis de la literatura sobre emprendimiento e intraemprendimiento, identificando las principales motivaciones y tipos asociados.

El estudio revela aspectos cruciales de los perfiles emprendedores, como la importancia de asumir riesgos y habilidades de negociación, así como las características distintivas del intraemprendedor, destacando su proactividad y capacidad para generar cambios dentro de las organizaciones.

Mediante una metodología cuantitativa por medio de una encuesta estructurada, se obtuvo una comprensión de las motivaciones presentes en los participantes, revelando una diversidad de motivaciones y preferencias, así como un interés predominante entre los intraemprendedores por dar el paso hacia el emprendimiento independiente, a pesar de ciertas preocupaciones.

En conclusión, este estudio ofrece una visión de las motivaciones que influyen en la elección entre el emprendimiento y el intraemprendimiento, destacando la necesidad de adaptar los programas educativos para cultivar habilidades emprendedoras y ofrecer apoyo práctico para superar los desafíos que enfrentan los futuros emprendedores.

* Trabajo De Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia Gestión Empresarial Director Luz Helena Villamizar Cáceres Magister en Administración de las Organizaciones

Abstract

Title: The Motivation of the Entrepreneur and Intrapreneur in Business Management Students and Graduates *

Author: Melissa Villamizar Arias **

Keywords: Motivations, Business Management, Entrepreneurship, Intrapreneurship.

Description

This research focuses on identifying the motivation of entrepreneurship and intra-entrepreneurship among students and graduates of the Business Management program of the Universidad Industrial de Santander in Bucaramanga. An analysis of the literature on entrepreneurship and intrapreneurship was conducted, identifying the main motivations and associated types.

The study reveals crucial aspects of entrepreneurial profiles, such as the importance of risk-taking and negotiation skills, as well as the distinctive characteristics of intrapreneurs, highlighting their proactivity and ability to generate changes within organizations.

Using a quantitative methodology through a structured survey, an understanding of the motivations present in the participants was obtained, revealing a diversity of motivations and preferences, as well as a predominant interest among intraentrepreneurs to take the step towards independent entrepreneurship, despite certain concerns.

In conclusion, this study offers insight into the motivations that influence the choice between entrepreneurship and intrapreneurship, highlighting the need to adapt educational programs to cultivate entrepreneurial skills and offer practical support to overcome the challenges faced by future entrepreneurs.

* Trabajo De Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia Gestión Empresarial Director Luz Helena Villamizar Cáceres Magister en Administración de las Organizaciones

Introducción

El emprendimiento, ya sea como una iniciativa independiente o como parte integral de una estructura empresarial existente, ha surgido como un catalizador fundamental en la dinámica económica global. En este contexto, el perfil del emprendedor y del intraemprendedor ha adquirido una relevancia innegable, siendo una fuente de innovación, crecimiento económico y desarrollo personal.

El "emprendedor" se define como aquel individuo capaz de detectar oportunidades, crear y dirigir una nueva empresa para aprovecharlas, asumiendo riesgos inherentes al proceso de creación y gestión de negocios. Por otro lado, el "intraemprendimiento" se centra en la introducción de ideas innovadoras dentro de organizaciones ya establecidas, impulsando la creatividad y la innovación desde adentro, con el propósito de generar cambios significativos y crear oportunidades de negocio desde la estructura interna de la empresa.

En el programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander en Bucaramanga, se ha cultivado un entorno propicio para el desarrollo de competencias fundamentales en el ámbito del emprendimiento. Este programa se ha caracterizado por su enfoque en la formación de perfiles tanto de emprendedores como de intraemprendedores, enfocándose en inculcar habilidades que permitan a los estudiantes identificar, evaluar y aprovechar oportunidades tanto en entornos empresariales dinámicos como dentro de estructuras organizativas preexistentes.

La comprensión de las motivaciones que impulsan a los estudiantes y egresados a optar por roles de emprendimiento o intraemprendimiento se presenta como un aspecto central en esta investigación. En este sentido, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de las motivaciones que

guían la elección de estos perfiles, buscando identificar similitudes, contrastes y posibles tendencias en sus determinantes.

A través de una revisión de la literatura y la implementación de una metodología cuantitativa, esta investigación se ha propuesto identificar y clasificar las motivaciones que inciden en la elección entre ser emprendedor o intraemprendedor en el contexto específico de los estudiantes y egresados del programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander en Bucaramanga.

El presente estudio se desarrolla con el propósito de arrojar luz sobre las motivaciones que impulsan a los individuos hacia roles emprendedores e intraemprendedores, contribuyendo así a una comprensión más profunda de estos perfiles, sus aspiraciones y el impacto de sus decisiones en el ámbito empresarial.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Identificar la motivación de ser emprendedor o intraemprendedor en estudiantes y egresados de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander de la sede Bucaramanga.

1.2 Objetivos específicos

Realizar una revisión bibliográfica sobre el emprendimiento y el intraemprendimiento, identificando las principales motivaciones y sus tipos.

Identificar las motivaciones del intraemprendedor y emprendedor en estudiantes y egresados de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander de la sede Bucaramanga.

Clasificar la motivación de ser emprendedor o intraemprendedor de los estudiantes y egresados de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander de la sede Bucaramanga.

2. Marco teórico

2.1 Gestión empresarial

2.1.1 Definición y evolución de la gestión empresarial

La Gestión Empresarial es esencial para el éxito organizacional. Engloba actividades como planificación, organización, dirección y control de recursos. La planificación incluye fijar metas, desarrollar estrategias y planes detallados para coordinar actividades. Esto asegura que la organización alcance sus objetivos de manera eficiente.

El concepto de Gestión Empresarial ha evolucionado con el tiempo, adaptándose a las necesidades cambiantes de las organizaciones. Inicialmente, se centraba en la división del trabajo y la estandarización de procesos para lograr una alta productividad. Sin embargo, tras la Segunda Guerra Mundial, se reconoció la importancia de la creatividad y la responsabilidad de los trabajadores, lo que condujo a una evolución hacia objetivos más amplios, como la expansión de mercados y la mejora de la calidad en productos y servicios, incluyendo pre y post venta. (Mora, Duran & Zambrano 2016).

2.1.2 Funciones clave de la gestión empresarial

La Gestión Empresarial abarca funciones clave. La organización implica diseñar la estructura empresarial, asignar responsabilidades y definir la toma de decisiones. La dirección y

liderazgo se enfocan en motivar y coordinar al personal, mientras que el control supervisa el desempeño para cumplir metas y presupuestos. Además, se aplican técnicas como el análisis estratégico, la gestión organizacional, la tecnología de información, la gestión financiera, de recursos humanos, operaciones, logística y ambiental. Estas técnicas permiten implementar sistemas de información y comunicación intra y extra-empresa, gestionar fondos de manera eficiente, optimizar el uso de recursos financieros y humanos, y fomentar prácticas ambientalmente responsables. (Mora, Duran & Zambrano 2016).

En el ámbito de la gestión empresarial, Luther Gulik identificó seis funciones fundamentales del directivo que resumen las principales responsabilidades de la gerencia Rubio, (2010). Estas son la planificación, que implica una visión global de la empresa y su entorno para la toma de decisiones estratégicas; la organización, enfocada en maximizar el rendimiento de los recursos disponibles y del personal para alcanzar resultados específicos; la gestión del personal, que requiere habilidades para organizar y motivar grupos de personas; la dirección, que demanda una comunicación efectiva y la creación de un entorno favorable para el cumplimiento de objetivos de eficacia y rentabilidad; el control, que consiste en medir el progreso hacia las metas establecidas; y la representatividad, donde el gerente actúa frente a entidades externas.

En conclusión, la gestión empresarial es un conjunto de actividades vitales para el éxito organizacional, evolucionando desde un enfoque de estandarización hacia una visión más amplia, considerando la creatividad y la responsabilidad de los trabajadores. Las funciones clave de la gestión, según Gulik, abarcan la planificación estratégica, la optimización de recursos, la gestión del personal, la dirección efectiva, el control de progreso y la representatividad ante entidades externas. Estas funciones, ampliamente respaldadas por autores como Rubio (2010) y Mora-Pisco, Duran-Vasco, & Zambrano-Loor (2016), reflejan la complejidad y la importancia de las

responsabilidades gerenciales en la conducción eficiente y exitosa de una empresa en un entorno cambiante y competitivo.

2.1.3 Programa de Gestión Empresarial IPRED UIS

El Programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander se distingue por su enfoque educativo integral que no solo abarca la teoría, sino que también promueve la acción emprendedora en sus estudiantes. Este programa se orienta hacia la formación de profesionales proactivos e innovadores capaces de asumir riesgos calculados, tanto dentro como fuera de las estructuras empresariales establecidas.

La estructura curricular del programa Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander refleja este enfoque, ofreciendo materias como "Diseño del Modelo de Negocios", "Gestión de la Innovación", "Desarrollo de Productos y Servicios", "Formulación y Evaluación de Proyectos" y "Gestión del Riesgo", las cuales están diseñadas para capacitar a los estudiantes en la identificación y desarrollo de oportunidades tanto para emprendimiento como para intraemprendimiento. Estos materiales proporcionan las herramientas necesarias para la creación y gestión de empresas eficientes, sostenibles e innovadoras.

Asimismo, se destaca la importancia de la gestión estratégica, el análisis de oportunidades y la gestión financiera, habilidades fundamentales para la implementación exitosa de proyectos empresariales. La formación también incluye aspectos éticos y solidarios en la gestión empresarial, contribuyendo así al desarrollo social y al cuidado del entorno.

El programa Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander reconoce el emprendimiento como un motor de cambio y desarrollo económico, fomentando tanto la creación de nuevas empresas como la innovación dentro de las organizaciones establecidas. Este enfoque

no solo se limita a la formación para la creación de nuevos negocios, sino que también impulsa una mentalidad emprendedora dentro de las organizaciones existentes, promoviendo así el espíritu de intraemprendimiento.

2.3 Emprendedor

En general, los emprendedores son aquellos que, individual o grupalmente, generan ideas de negocio. Además, existen actores empresariales clave denominados intraemprendedores, quienes son empleados que trabajan dentro de las empresas y pueden crear nuevas empresas desde su posición interna Nuño, (2005). Estos individuos también pueden realizar mejoras o innovaciones dentro de una empresa en funcionamiento, como ejemplifica el caso de Art Fry en 3M, quien siendo empleado inventó el conocido producto Post-it. (Cueva, 2007)

Andy Freire, un reconocido empresario latinoamericano y cofundador de Officenet en Argentina, define al emprendedor como una persona que detecta una oportunidad y crea una organización para aprovecharla. Asimismo, Stephen Robbins describe el proceso emprendedor como una actividad organizada para buscar oportunidades, crear valor y crecimiento mediante la innovación, independientemente de los recursos iniciales del emprendedor. (Cueva, 2007)

En este contexto, el emprendedor se define como aquel individuo que busca e identifica oportunidades de negocio, desarrollando una nueva propuesta de valor para los clientes, asumiendo los riesgos inherentes al crear o desarrollar un negocio Cueva (2007). La esencia del emprendedor radica en identificar y aprovechar la oportunidad, convirtiéndola en un negocio en funcionamiento.

2.4 Emprendimiento

El emprendimiento es una actividad que consiste en diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, ya sea una empresa emergente o una iniciativa que busca lograr ganancias económicas. Se trata de un proceso en el que se identifica una oportunidad de negocio y se adquieren los recursos necesarios para su desarrollo, lo que implica la construcción de un plan de negocios y la contratación de personal. Es fundamental debido al impacto que tiene sobre la productividad y el empleo, lo que resulta en procesos basados en la equidad en el mercado laboral y la economía en general. Asimismo, la creación de empresas exitosas utilizando la innovación continua permite que las personas se conviertan en seres más creativos, proactivos e innovadores, independientemente de su formación profesional. Emprendimiento Empresarial - Portal Empresarial, (2022)

El Emprendimiento es una opción que permite el crecimiento económico, la independencia y una mejor calidad de vida, y, por lo tanto, el desarrollo de una Cultura del Emprendimiento es fundamental para superar la resistencia que muchas personas tienen a dejar de depender de otros. Emprendimiento Empresarial - Portal Empresarial, (2022)

2.4.1 Perfil emprendedor en el contexto del programa Gestión Empresarial UIS

El perfil emprendedor dentro del programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander se basa en el desarrollo de competencias que permiten a los estudiantes identificar, evaluar y aprovechar oportunidades en entornos empresariales dinámicos. Este perfil

se enfoca en cultivar habilidades específicas que fomentan una mentalidad proactiva y creativa, fundamental para la creación, gestión e innovación empresarial.

De acuerdo con la información del egresado del programa de gestión empresarial de la Universidad Industrial de Santander, indicado en su página Web, la integración y aplicación del Perfil Emprendedor en la carrera se refleja en diversas áreas:

- **Identificación de Oportunidades Emprendedoras:** El programa se centra en capacitar a los estudiantes para analizar el contexto empresarial y las cadenas productivas, fomentando la identificación de oportunidades de emprendimiento.
- **Gestión Estratégica:** Los estudiantes aprenden a gestionar estratégicamente organizaciones como sistemas interrelacionados, lo que les permite comprender cómo las decisiones estratégicas pueden impulsar la innovación y el crecimiento empresarial.
- **Creación de Empresas:** Se promueve la capacidad de crear empresas validando emprendimientos formulados por los estudiantes o por otros, incentivando la acción emprendedora.
- **Gestión de Modelos de Negocio y Proyectos:** Los estudiantes adquieren habilidades para gestionar modelos de negocio, intervenir para optimizar e innovar en empresas, así como dirigir proyectos estratégicos.
- **Enfoque en Competencias Clave:** Se busca desarrollar competencias como la negociación, la adaptabilidad al cambio, la toma de riesgos calculados y la confianza en sí mismo, superando las limitaciones identificadas en el estudio mencionado.

- **Énfasis en la Excelencia, Innovación y Sostenibilidad:** La gestión empresarial se enfoca en la excelencia, la innovación constante, la sostenibilidad, la competitividad y la incorporación de tecnologías, aspectos esenciales para liderar en entornos empresariales desafiantes.
- **Fomento de la Investigación Empresarial:** Se promueve la formulación y ejecución de proyectos de investigación orientados a enriquecer el conocimiento empresarial, permitiendo aportes significativos al campo.

2.5 Intraemprendimiento

El intraemprendimiento o emprendimiento corporativo es un conjunto de iniciativas que desarrollan las empresas para crear valor y mejorar su competitividad mediante el impulso de acciones innovadoras a nivel interno o con la incorporación de actividades y conocimiento externo para crear oportunidades de negocio. Se caracteriza por ser desarrollado en el seno de las organizaciones, tanto a nivel interno (empleados o directivos) como externo (clientes o inversores), y tiene como fin crear valor. Emprendimiento Empresarial - Portal Empresarial, (2022)

El intraemprendimiento, según la referencia proporcionada González, (2022), se define como un conjunto de iniciativas que se llevan a cabo dentro de las organizaciones establecidas con el propósito de fomentar la innovación, la creatividad y la implementación de proyectos nuevos y disruptivos. Este concepto implica la capacidad de generar una cultura emprendedora dentro de la estructura empresarial existente, permitiendo así el desarrollo de ideas novedosas desde adentro de la organización.

El intraemprendedor es aquel individuo capaz de introducir y defender nuevas ideas dentro de una empresa, desde su concepción hasta su ejecución y desarrollo González, (2022).

El término "intrapreneur" fue mencionado por primera vez (como se citó en Lain, 2015) por Norman Macrae en un artículo publicado en 1976 en "The Economist", pero se atribuye a Pinchot la popularización del término con la publicación de su libro "Intrapreneuring".

El intraemprendedor, figura central en este proceso, es aquel individuo capaz de proponer y respaldar nuevas ideas dentro de la empresa, desde su concepción hasta su ejecución y desarrollo. La importancia de estos intraemprendedores en la generación de ideas innovadoras ha sido resaltada por Pinchot, quien destacó la necesidad de crear un entorno propicio para que los empleados se conviertan en agentes intraemprendedores, según Laín (2015).

El intraemprendimiento representa el corazón de la innovación dentro de las empresas, impulsando un cambio desde adentro hacia nuevas oportunidades de negocio. Los intraemprendedores son los catalizadores de este proceso, individuos visionarios capaces de idear, defender y llevar a cabo nuevas ideas, generando un impacto transformador en la cultura empresarial. Su papel es esencial para que las organizaciones evolucionen, adopten una mentalidad emprendedora y se mantengan a la vanguardia en un mundo empresarial en constante cambio.

2.5.1 Beneficios del intraemprendimiento

El intraemprendimiento aporta beneficios para las organizaciones, como el fomento de la creatividad y la innovación, la evolución del negocio y la adaptación a los cambios, la mejora de la productividad y rentabilidad, y la superación de los empleados y el reconocimiento de sus logros. Según González (2022), para implantar el intraemprendimiento en una organización, se deben

seguir algunos pasos, como el cambio en la cultura corporativa para fomentar la innovación y la creatividad, el establecimiento de objetivos a alcanzar, el diseño de la estrategia a seguir y acciones a aplicar, el estudio y puesta en marcha de las propuestas intraempresariales, y la medición de resultados para compararlos con los objetivos marcados y cotejar si es necesario modificarlos. (González, 2022)

2.5.3 Características y perfil del intraempresarial

Las características del intraemprendimiento suelen incluir la proactividad y la búsqueda constante de oportunidades para la mejora y la innovación. Los intraempresariales suelen ser individuos que muestran iniciativa, creatividad y disposición para asumir riesgos calculados en pos de llevar adelante ideas innovadoras dentro de la empresa. Estas personas están motivadas para generar cambios, desafiar lo establecido y trabajar en la implementación de proyectos que agreguen valor a la organización. González, (2022)

En cuanto a las características y el perfil del intraempresarial, este se destaca por ser proactivo, creativo e innovador, capaz de identificar y materializar ideas novedosas dentro de la estructura organizativa establecida. Se caracteriza por su capacidad de asumir riesgos calculados, defender nuevas ideas y trabajar en la implementación de proyectos que generen un impacto positivo en la empresa. Emprendimiento Empresarial - Portal Empresarial, (2022).

Las características distintivas de un intraempresarial, según Camps Coma (2018), abarcan una serie de atributos esenciales en su perfil. Estos individuos se muestran altamente apasionados por los desafíos, encontrando motivación en proyectos que consideran significativos para ellos. La autonomía es fundamental en su enfoque; prefieren tener el control sobre su tiempo y concentrarse

en los aspectos esenciales de sus proyectos, sin depender excesivamente de la supervisión. Además, encarán cada proyecto como un desafío personal, demostrando una persistencia inquebrantable en su compromiso por alcanzar el éxito, superando las adversidades que puedan surgir. Son capaces de tomar decisiones incluso en situaciones inciertas, evaluando meticulosamente los riesgos antes de actuar, lo que refleja una marcada tolerancia al riesgo. Estos individuos poseen una confianza sólida en sus propias capacidades y recursos, dispuestos a colaborar cuando sea necesario, pero con la seguridad y convicción de alcanzar sus metas. Por último, su capacidad para cuestionar lo establecido y su disposición a probar nuevas ideas e innovar constantemente, demuestran su destacada adaptabilidad al cambio.

De acuerdo con la información del egresado del programa de gestión empresarial UIS (Universidad Industrial de Santander[UIS] s.f). indicado en su página Web, el desarrollo del perfil intraempreendedor en el programa académico de gestión empresarial UIS se distingue por:

- **Innovación desde el Interior:** Se fomenta la capacidad de los estudiantes para generar ideas innovadoras y aplicarlas dentro de organizaciones existentes, proponiendo mejoras y soluciones disruptivas.
- **Liderazgo y Proactividad:** Se cultiva la habilidad para asumir roles de liderazgo dentro de un contexto empresarial, estimulando la iniciativa, la resiliencia y la capacidad de liderar cambios.
- **Colaboración y Trabajo en Equipo:** Se promueve el trabajo colaborativo y la habilidad para trabajar en equipo, facilitando la integración de nuevas ideas y la cooperación para implementar proyectos innovadores dentro de estructuras organizativas establecidas.

- **Adaptabilidad y Gestión del Cambio:** Se enfatiza la capacidad de adaptarse y gestionar cambios en entornos laborales existentes, permitiendo la introducción de mejoras y ajustes en procesos ya establecidos.
- **Desarrollo de Proyectos Intraemprendedores:** Se capacita a los estudiantes para identificar oportunidades de mejora dentro de empresas existentes y llevar a cabo proyectos innovadores dentro de esas estructuras.
- **Cultura Organizacional Emprendedora:** Se busca inculcar una mentalidad emprendedora dentro de organizaciones establecidas, fomentando la creatividad, la toma de riesgos calculados y la búsqueda constante de oportunidades de mejora.
- **Análisis Estratégico Interno:** Se incita a los estudiantes a analizar a fondo la estructura interna de las organizaciones existentes, identificando áreas de oportunidad y proponiendo soluciones innovadoras que impulsen el crecimiento y la eficiencia.

2.5.4 Miedos de intraemprendimiento

Existen miedos y barreras que pueden obstaculizar la iniciativa empresarial. El miedo al fracaso, la pérdida económica, la renuncia a la estabilidad laboral y el compromiso asociado con la responsabilidad de emprender son algunos de los temores identificados. Estos miedos deben abordarse para fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes y egresados de Gestión Empresarial. (González Jejen & Villamizar Cáceres, 2021)

2.6 Trabajador eficaz

En el ámbito laboral, un trabajador eficaz es aquel que logra cumplir con los objetivos y metas de su trabajo de manera efectiva y eficiente, utilizando los recursos de la empresa de manera adecuada y logrando los resultados esperados en el menor tiempo posible. Para lograr esto, un trabajador eficaz debe ser capaz de priorizar tareas, establecer plazos y cumplirlos, trabajar en equipo y adaptarse a los cambios, además de ser proactivo y estar siempre buscando maneras de mejorar su desempeño y el de la empresa en la que trabaja. En otras palabras, un trabajador eficaz es aquel que logra los resultados esperados y agrega valor a la empresa en la que trabaja. Por otro lado, un trabajador eficiente es aquel que completa una tarea con rapidez y precisión, mientras que un trabajador eficaz consigue resultados de alto nivel. Esto significa que un trabajador eficiente puede realizar una tarea de manera rápida, pero sin necesariamente lograr los resultados deseados. En cambio, un trabajador eficaz no solo logra los resultados esperados, sino que los lleva a un nivel superior. (Sagrado & Sagrado, 2022)

2.7 Motivación

2.7.1 La motivación

Según Chiavenato (como se citó en Rivas & Perero, 2018), la motivación se relaciona intrínsecamente con la conducta humana, estableciendo una conexión basada en el comportamiento donde factores internos y externos inciden. Este vínculo es impulsado por los

deseos y las necesidades que generan la energía necesaria para motivar al individuo hacia actividades que buscan alcanzar sus metas.

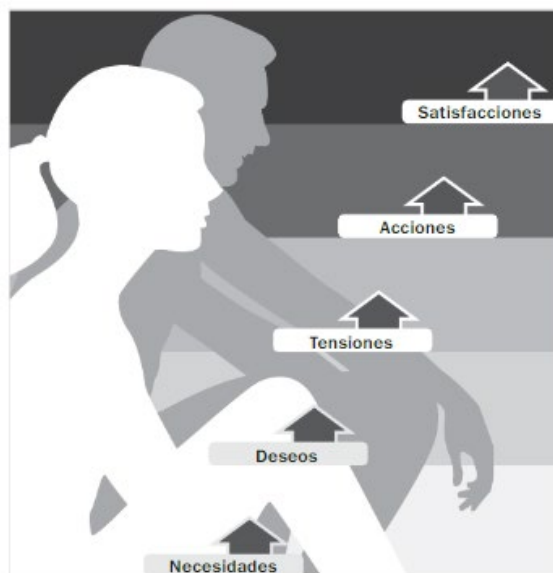
Asimismo, la perspectiva de Moreno Ramírez (2021) define la motivación como la "energía que nos activa, mueve y orienta nuestros actos hacia un objetivo en concreto, este objetivo está relacionado con la satisfacción de nuestras necesidades como personas".

2.7.2 Teorías de la motivación

2.7.2.1 Proceso de la motivación. A continuación, se presenta el proceso de la motivación, que parte de las necesidades y tiene en cuenta los deseos, tensiones, acciones y satisfacciones, la cual se basa en las acciones que realiza un individuo para satisfacer sus necesidades insatisfechas:

Figura 1.

Proceso de la motivación desde las necesidades



Nota. Tomado de: Madrigal Torres. (2017). *Habilidades directivas: teoría, autoaprendizaje, desarrollo y crecimiento* (Tercera edición.).

2.7.3 Teoría de la pirámide de Maslow

Lo anterior nos lleva a indagar sobre las necesidades de las personas, para ello se tiene en cuenta la teoría de la pirámide de Maslow.

El análisis de las necesidades humanas nos conduce a explorar la teoría de la pirámide de Maslow, propuesta por Abraham Maslow en 1943, una de las teorías fundamentales en motivación, Gestión Empresarial, desarrollo y comportamiento organizacional. Esta teoría identifica cinco categorías jerárquicas de necesidades, ordenadas ascendente según su importancia para la supervivencia y la motivación (Angarita, 2007).

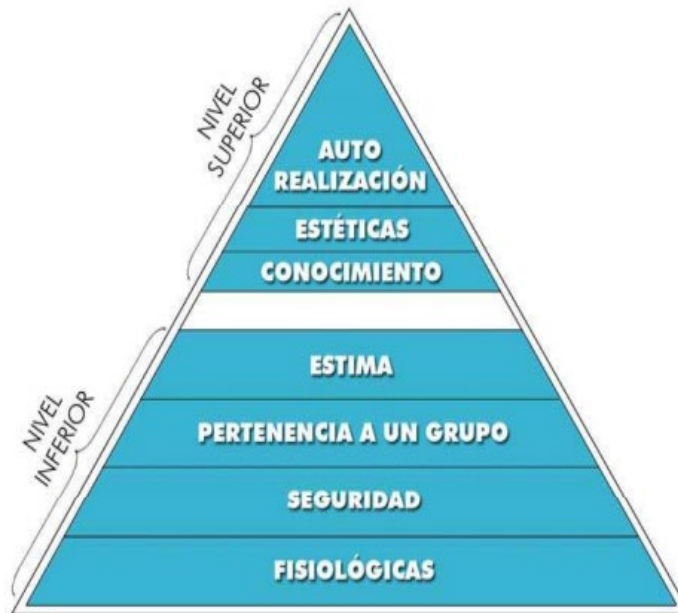
Las necesidades fisiológicas, como las de alimentación y refugio, se ubican en la base de la pirámide y representan las más básicas para la supervivencia humana. Las necesidades de seguridad, orientadas a la protección y estabilidad, siguen en jerarquía. Las de amor, afecto y pertenencia apuntan a superar la soledad y alienación. Por otro lado, las de estima, relacionadas con la autoestima y el reconocimiento, se sitúan en un nivel superior (Angarita, 2007).

En la cúspide de la jerarquía se encuentran las necesidades de auto-realización, identificadas por Maslow como el deseo innato de una persona por cumplir su potencial personal y llevar a cabo actividades que le brinden sentido y satisfacción intrínseca. Maslow distingue entre necesidades "deficitarias", que se centran en carencias, y las de "desarrollo del ser", referidas al crecimiento personal y cumplimiento individual. La teoría de Maslow ha resultado ser una

herramienta valiosa para comprender y motivar el comportamiento humano en distintos ámbitos, incluyendo el entorno laboral y organizacional (Angarita, 2007).

Figura 2

Pirámide de Maslow



Nota. Tomado de: Muñoz, MD y de la Fuente, FV (2010). La pirámide de necesidades de Abraham Maslow.

Maslow conceptualiza las necesidades humanas mediante una jerarquía, situando en el nivel más alto el conocimiento y la autorrealización. La autorrealización implica un proceso interno de crecimiento y desarrollo de las capacidades inherentes al individuo, siendo la manifestación y expansión de su identidad (Maslow, 1991).

2.7.3.1 Teoría de McClelland

La teoría de McClelland se basa en tres necesidades fundamentales que generan tensión cuando no se satisfacen, impulsando al individuo hacia acciones internas (Escudero, 2022):

- La motivación para el logro, donde el individuo busca crecer y desarrollarse.
- La motivación por afiliación, relacionada con la interacción social.
- La motivación por competencia, un impulso por realizar trabajos de alta calidad.
- La motivación por poder, que busca influir en otros y cambiar situaciones.

2.7.3.2 Motivación intrínseca y extrínseca.

Es esencial discernir entre la motivación extrínseca e intrínseca, así como comprender la diferencia entre la motivación positiva y negativa (Mesurado & Moreno, 2015). Estos tipos de motivación tienen la capacidad de influir en el rendimiento y la persistencia, incluso en contextos deportivos.

La motivación, entendida como el conjunto de factores internos o externos que influyen en las acciones de una persona, resulta esencial para impulsar la consecución de metas específicas (Banco Santander, 2021). Esta fuerza impulsora se considera crucial para el éxito, ya que fomenta habilidades fundamentales como la voluntad, la perseverancia y la actitud positiva. Las empresas capaces de motivar a sus empleados pueden llegar a ser hasta un 50% más eficientes, subrayando la importancia de esta dinámica motivacional en el ámbito laboral.

La motivación es un pilar fundamental en el impulso hacia la acción, la consecución de metas y el logro del éxito en la vida. Su comprensión resulta clave para maximizar el potencial personal y alcanzar un mayor nivel de satisfacción en diferentes ámbitos (Duque, 2023). Al

explorar la diferencia entre la motivación intrínseca y extrínseca, se revelan aspectos esenciales para el desarrollo y la consecución de objetivos.

La motivación, fundamental en el comportamiento humano, está influenciada por factores internos y externos, como la personalidad, el autoconcepto y el tipo de tarea (Rodríguez, 2023). Comprender estos impulsores del comportamiento resulta crucial para mejorar resultados y generar cambios significativos.

2.7.3.2.1 Motivación intrínseca.

La teoría de la autodeterminación postula que la motivación intrínseca surge de tres necesidades psicológicas innatas: sentirse competente, relacionarse y tener autonomía. Estas acciones son realizadas por voluntad propia, inspiración y deseo, sin buscar meras recompensas externas (Rodríguez, 2023).

2.7.3.2.2 Motivación extrínseca. La motivación extrínseca comprende acciones que buscan una recompensa externa, sea física, monetaria o psicológica. Este tipo de motivación no se origina naturalmente de la tarea en sí, sino que responde a estímulos externos (Rodríguez, 2023).

2.7.3.2.3 Motivación Trascendental. El concepto de motivación trascendental, propuesto por Juan Antonio Pérez López, exdirector general del IESE, se alza como un componente crucial junto a las motivaciones económicas (extrínsecas) y de autorrealización (intrínsecas) para impulsar el desempeño laboral y emprendedor. Pérez López defendió la idea de que el propósito esencial de las empresas exitosas reside en motivar a los empleados no solo a trabajar, sino a querer hacerlo.

Esta noción se entrelaza con la motivación trascendental, donde las acciones laborales se enfocan en efectos positivos sobre terceros. (Ginebra, 2023).

El estudio de estas motivaciones ofrece una comprensión más amplia de los impulsos que orientan a los emprendedores e intraemprendedores. A través de ejemplos diversos, se evidencia que el dinero, aunque esencial para satisfacer necesidades básicas, no es el único motor. La motivación trascendental se ilustra en casos como el de Cristóbal Colón, psiquiatra y fundador de La Fageda, donde el trabajo no solo se considera una fuente de ingresos, sino un medio para restaurar la autoestima y generar un impacto social significativo. (Ginebra, 2023).

Asimismo, se destaca la importancia de la autorrealización y la exigencia en el entorno laboral. La sensación de crecimiento personal y la demanda razonable en el desempeño laboral se revelan como factores determinantes para la satisfacción y la motivación intrínseca de los individuos. Esta motivación puede arraigar en el gusto por el trabajo en sí, el entorno laboral o la superación personal. (Ginebra, 2023).

2.7.3.2.4 Importancia de la motivación Intrínseca, Extrínseca trascendental.

No existe una motivación "buena" o "mala", sino que ambas, intrínseca y extrínseca, son fundamentales para el logro de objetivos. La teoría de la autodeterminación destaca que la motivación intrínseca emerge al satisfacer las necesidades de autonomía, relación y competencia (Banco Santander, 2021). Este tipo de motivación se caracteriza por alimentar el deseo personal de mejora sin la expectativa de recompensas externas, generando sensaciones de felicidad y optimismo, y fortaleciendo así las posibilidades de éxito.

La motivación intrínseca se caracteriza por la autonomía, la curiosidad y la satisfacción personal (Duque, 2023). Por otro lado, existen tres tipos de motivación extrínseca que incluyen recompensas tangibles, reconocimiento social y evitar consecuencias negativas (Duque, 2023).

Estos aspectos externos pueden influir significativamente en la acción y el compromiso de las personas.

La distinción principal entre la motivación intrínseca y extrínseca radica en su origen y en las razones que impulsan la acción de una persona (Duque, 2023). Mientras la motivación intrínseca emana de intereses personales y busca la satisfacción interna, la motivación extrínseca se fundamenta en factores externos y recompensas tangibles.

La motivación trascendental se presenta como un componente esencial que va más allá del interés económico o la autorrealización personal. Su presencia se refleja en la satisfacción obtenida al contribuir positivamente en el entorno laboral y social, añadiendo capas significativas a la comprensión de las motivaciones que impulsan a emprendedores e intraemprendedores.

2.7.3.2.5 Motivación, Impulsor del Emprendedor e Intraemprendedor.

La motivación intrínseca y extrínseca actúan como pilares fundamentales que moldean las decisiones, la persistencia y el desempeño tanto del emprendedor como del intraemprendedor en el entorno empresarial.

La esencia de la motivación intrínseca, derivada de las necesidades psicológicas internas, como la competencia, la autonomía y las relaciones, impulsa al individuo a emprender o innovar por el deseo interno de superación y la satisfacción personal (Rodríguez, 2023). Por otro lado, la motivación extrínseca, influenciada por factores externos como recompensas tangibles o reconocimiento social, juega un papel significativo al alentar la participación en actividades emprendedoras debido a incentivos externos (Banco Santander, 2021).

Al explorar estas dos facetas de la motivación en el contexto del emprendimiento, se revela la dinámica que influye en la toma de decisiones, la creatividad y el compromiso tanto del emprendedor como del intraemprendedor (Duque, 2023). Comprender cómo estos factores motivacionales internos y externos influyen en las acciones y la perseverancia de aquellos que buscan innovar y liderar proyectos dentro o fuera de una empresa es esencial para analizar el éxito y la sostenibilidad en el ámbito empresarial.

2.7.3.3 Motivación en el contexto del emprendedor y el intraemprendedor.

La motivación es un factor fundamental que impulsa tanto al emprendedor como al intraemprendedor en su camino hacia la innovación y el cambio. En el ámbito del emprendimiento, la motivación se convierte en un combustible esencial que impulsa a los estudiantes y egresados de Gestión Empresarial a buscar oportunidades, tomar riesgos y perseguir sus metas. Esta motivación interna no solo les permite identificar nichos de mercado y generar ideas disruptivas, sino que también les proporciona la energía necesaria para enfrentar los desafíos y fracasos que suelen acompañar el camino del emprendimiento (Ortiz, Vargas & Villamizar, 2018).

Asimismo, en el contexto del intraemprendimiento, la motivación es una fuerza impulsora que impulsa a los empleados dentro de las organizaciones a proponer ideas innovadoras, asumir responsabilidades y desafiar el statu quo. La motivación intrínseca de estos individuos los lleva a buscar constantemente la mejora y la optimización de los procesos existentes, así como a explorar nuevas oportunidades de crecimiento tanto para sí mismos como para la empresa en la que trabajan (Lain, 2015).

Esta motivación se nutre de diversos factores. La autonomía en la toma de decisiones, la búsqueda de un propósito significativo en su trabajo y la posibilidad de contribuir al cambio y la mejora dentro de la organización son algunos de los elementos que impulsan la motivación del intraemprendedor. Además, la recompensa intrínseca derivada de la creación y ejecución de ideas innovadoras también desempeña un papel vital en el impulso del intraemprendimiento (Lain, 2015).

La intersección entre la motivación del emprendedor y el intraemprendedor radica en su búsqueda común de generar un impacto significativo. Tanto el emprendedor como el intraemprendedor buscan transformar sus entornos, ya sea a través de la creación de nuevos productos o servicios, la implementación de procesos más eficientes o la generación de soluciones innovadoras para los desafíos existentes. Esta búsqueda de cambio y transformación está arraigada en una motivación intrínseca y en la convicción de que sus acciones pueden marcar una diferencia tanto a nivel personal como en el entorno que les rodea (Nova, Román, Monsalve & Leal, 2016).

2.7.3.4 Impacto del emprendimiento en la economía y la autonomía profesional.

El emprendimiento no solo actúa como motor generador de empleo y como estímulo para el desarrollo económico, sino que también representa una oportunidad para aquellos estudiantes y egresados que buscan tener mayor autonomía y control en su carrera profesional. La materialización de ideas y proyectos propios brinda un sentido de realización personal y satisfacción, elementos que fortalecen la motivación intrínseca y el sentido de propósito en estos individuos (Ortiz, Vargas & Villamizar, 2018).

2.7.3.5 Factores clave para el impulso del emprendimiento

Investigaciones realizadas, como el estudio en la ciudad de Concepción, Chile, han identificado elementos fundamentales que impulsan el emprendimiento entre estudiantes. Estos elementos se dividen en tres áreas esenciales: recursos, redes y perfil emprendedor. En el ámbito de los recursos, se destaca la importancia del conocimiento y las habilidades relacionadas con el área de estudio, así como la disponibilidad de recursos tangibles, como financiamiento y apoyo familiar. Respecto a las redes, se resalta la necesidad de establecer alianzas estratégicas y relaciones con otros emprendedores y profesionales. Y, en cuanto al perfil emprendedor, características como la perseverancia, la actitud positiva, el trabajo en equipo y la responsabilidad se revelan como fundamentales para impulsar el espíritu emprendedor (Nova, Román, Monsalve & Leal, 2016).

2.7.3.6 Características y desafíos del perfil emprendedor universitario. El emprendedor universitario se caracteriza por su habilidad para fijar metas claras, buscar la eficiencia y calidad, asumir riesgos y mostrar constante innovación y deseo de aprendizaje (Ortiz, Vargas & Villamizar, 2018). Aunque estos rasgos son fundamentales, enfrentan retos que incluyen la asunción de riesgos, la falta de capital y experiencia en negocios, y el temor al fracaso, limitando en ocasiones su desarrollo emprendedor.

Las instituciones educativas tienen un papel crucial para mitigar estos obstáculos. Ofrecer programas de formación específicos, acceso a recursos financieros y mentores experimentados podría ser clave para facilitar el crecimiento de las ideas empresariales de los estudiantes y

egresados (Ortiz, Vargas & Villamizar, 2018). Al brindar este apoyo, se crea un entorno propicio que fomenta la exploración y el desarrollo de proyectos emprendedores.

El apoyo institucional no solo se traduce en capacitación y recursos, sino que también puede influir en la mentalidad de los emprendedores universitarios. Al proporcionarles confianza y las herramientas adecuadas, se fortalece su capacidad para superar los desafíos inherentes al mundo empresarial. Estos esfuerzos ayudan a crear una cultura emprendedora más sólida en el ámbito universitario, estimulando la innovación y la proactividad.

El perfil emprendedor universitario se configura con una serie de rasgos como la determinación, la innovación y la voluntad de aprender. Los desafíos que enfrentan, como la falta de experiencia y recursos, pueden ser contrarrestados por el apoyo institucional que ofrecen las universidades a través de programas y recursos que fortalecen las habilidades y la confianza de estos futuros empresarios (Ortiz, Vargas & Villamizar, 2018).

3. Metodología

La investigación cuantitativa, como señala Ortega (2023), emplea métodos estructurados y herramientas estadísticas para obtener datos concretos a través de opiniones estructuradas. En el contexto empresarial, esta metodología facilita la toma de decisiones precisas y la mejora de

productos y servicios. Su enfoque radica en obtener datos cuantificables mediante la participación de una muestra representativa del mercado objetivo.

Para recopilar datos cuantitativos, se diseñó una encuesta estructurada en Google Forms con el apoyo y revisión de la directora de proyecto. Se incluyeron preguntas cerradas para identificar el perfil del encuestado como emprendedor, intraemprendedor o trabajador eficaz, junto con preguntas específicas para conocer las principales motivaciones intrínsecas, extrínsecas y trascendentales. Estas preguntas proporcionaron información para análisis y comparación. La confidencialidad de los datos y el consentimiento informado de los participantes durante todo el proceso, respetando sus derechos y protegiendo su anonimato en la presentación de resultados (ver Apéndice 1 para la estructura de la encuesta). Los datos de la encuesta se recopilaron durante 5 meses.

Esta investigación se llevó a cabo principalmente con un enfoque cuantitativo, centrado en la recopilación de datos estructurados a través de una encuesta diseñada para identificar y medir variables relevantes, ofreciendo una visión de las motivaciones que influyen en la elección entre emprender e intraemprender por parte de los estudiantes y egresados en el contexto del emprendimiento.

3.1 Población

La población objetivo de este estudio consistió en los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre del programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander en Bucaramanga, así como los egresados de los años 2020, 2021, 2022 y 2023 del

mismo programa, que voluntariamente se ofrecieron a participar y con quienes se logró establecer contacto.

La elección de estos semestres se fundamentó en el nivel de madurez académica alcanzado por los estudiantes en su carrera, lo que se consideró relevante para comprender las motivaciones relacionadas con el emprendimiento e intraemprendimiento.

En cuanto a la inclusión de los egresados de estos años específicos, se seleccionaron con el propósito de captar a aquellos recién graduados que pudieran tener una perspectiva más fresca y reciente sobre las experiencias en el programa de Gestión Empresarial. Además, se buscó facilitar el contacto y la disponibilidad de esta cohorte de egresados para garantizar una participación más activa y actualizada en la investigación.

Durante la recolección de datos, se solicitó la participación de todos aquellos estudiantes y egresados interesados en contribuir con la investigación, con el objetivo de obtener una muestra representativa. Los datos generales como edad, género, semestre o año de graduación fueron recopilados para todos los participantes.

Posteriormente, se segmentaron los encuestados según su perfil identificado como emprendedor, intraemprendedor o trabajador eficaz. Aquellos que se identificaron como trabajadores eficaces tuvieron la encuesta finalizada en la pregunta 5, mientras que aquellos que seleccionaron el perfil emprendedor o intraemprendedor continuaron la encuesta para analizar las motivaciones asociadas a estas orientaciones específicas.

3.2 Tipo de muestreo

Otzen y Manterola (2017), plantean que el muestreo por conveniencia se basa en criterios específicos del investigador, seleccionando casos accesibles y dispuestos a participar. Casal y

Mateu (2003) sugieren que este tipo de muestreo puede ser útil en colaboraciones estrechas o para explorar inicialmente una población, siendo efectivo en zonas de confianza para garantizar la efectividad del estudio.

Se emplearon varias estrategias para contactar a los estudiantes y egresados, en el caso de los estudiantes se obtuvieron los datos por medio de contacto directo durante las clases presenciales, por medio del enlace de la encuesta en Google Forms, así mismo, se diseñó un mensaje claro y conciso explicando el propósito de la investigación y solicitando su participación voluntaria, el cual fue compartido a través de llamadas, WhatsApp, grupos de la universidad y por solicitud voz a voz para difundir la invitación entre los estudiantes y egresados. Además, se contó con el apoyo de la coordinación académica para enviar correo la encuesta a los egresados, esto pe.

El muestreo por conveniencia se eligió debido a la disposición y disponibilidad de los estudiantes y egresados. A pesar de sus limitaciones conocidas, se utilizó para identificar distintos perfiles desde el inicio del cuestionario y evitar sesgos en la selección de participantes.

4. Análisis de resultados

La encuesta se realizó de manera anónima y, previo a su ejecución, se solicitó el consentimiento de todos los encuestados. Esto aseguró que sus respuestas fueran tratadas con confidencialidad y utilizadas exclusivamente con fines de investigación académica.

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta. Es importante destacar que los resultados de la pregunta del perfil se han separado en grupos, lo que refleja la proporción de los encuestados en cada perfil (emprendedor o intraemprendedor):

4.1 Pregunta 1: Género

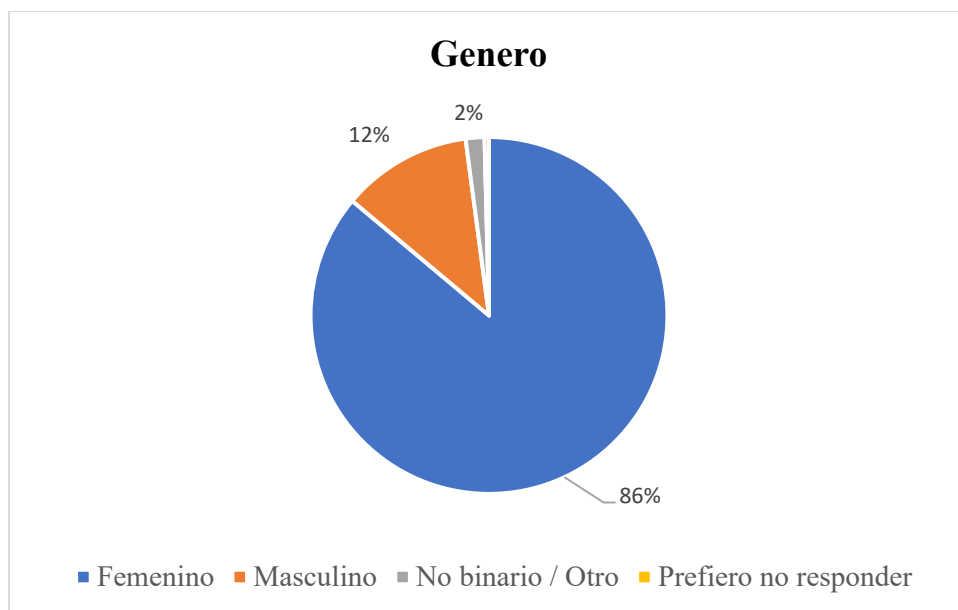
Tabla 1

Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Femenino	204	86,1%
Masculino	28	11,8%
No binario / Otro	4	1,7%
Prefiero no responder	1	0,4%
Total	237	100%

Figura 3

Género



Del 100% de los encuestados, el 86% identificó su género como femenino, mientras que el 12% se identificó como masculino. Además, un pequeño porcentaje, aproximadamente el 2%, seleccionó la opción no binaria u otro para describir su identidad de género, se registró un 0,4% de los encuestados que indican que prefieren no responder la identidad de género.

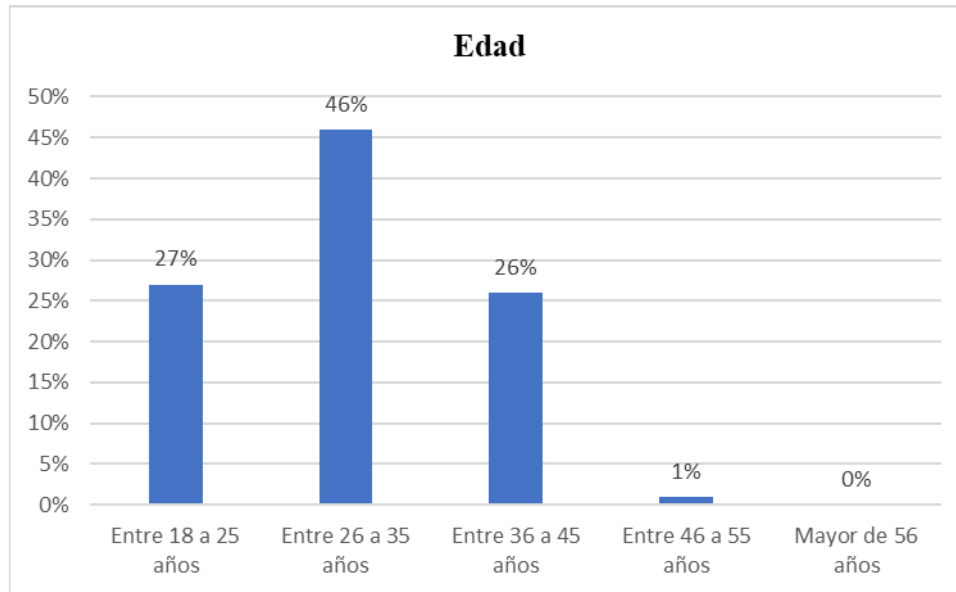
Debido a esta gran diferencia en la cantidad de respuestas entre hombres y mujeres, es importante ser cuidadosos al interpretar los datos. Esta desigualdad sugiere que debemos analizar estos resultados con precaución y evitar comparaciones directas entre grupos tan diferentes en tamaños.

4.2 Pregunta 2: Edad

Tabla 2.

Rangos de edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
Entre 18 a 25 años	64	27%
Entre 26 a 35 años	109	46%
Entre 36 a 45 años	62	26%
Entre 46 a 55 años	2	1%
Mayor de 56 años	0	0%
Total	237	100%

Figura 4.*Rangos de edad*

El análisis demográfico revela una distribución variada en las distintas franjas de edad dentro de la muestra. Es notable el predominio de encuestados en edades comprendidas entre 26 y 35 años, representando el 46% de los participantes. Este grupo puede reflejar aquellos en una etapa intermedia de sus vidas adultas, posiblemente relacionado con la flexibilidad horaria del programa Gestión empresarial IPRED UIS a distancia. Esta flexibilidad permite a individuos que trabajan continuar sus estudios, lo que podría explicar la representación significativa en estas edades. Además, se observa un porcentaje considerable de encuestados jóvenes, entre 18 y 25 años, así como otro grupo entre 36 y 45 años, ambos conformando el 27% y 26% respectivamente. Sin embargo, es importante señalar que los encuestados mayores de 46 años constituyen una proporción mínima, representando solo el 1% de la muestra. Esta diversidad de edades refleja distintas etapas de la vida laboral y académica, aportando una riqueza de perspectivas sobre las

motivaciones para emprender o intraemprender en el contexto de la formación superior y el entorno laboral.

4.3 Pregunta 3: Indique en que semestre de gestión empresarial se encuentra

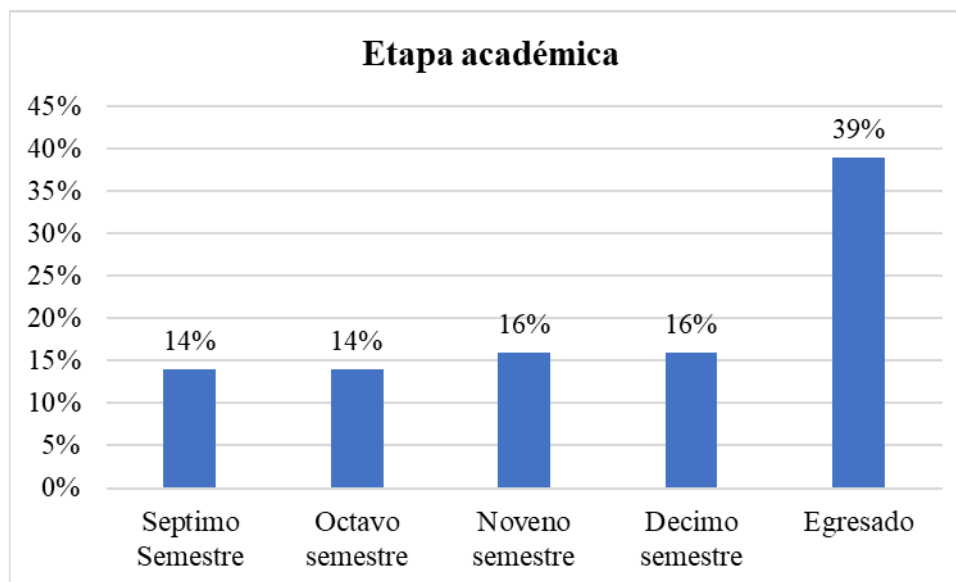
Tabla 3.

Etapa académica

Etapa académica	Cantidad	Porcentaje
Séptimo Semestre	33	14%
Octavo semestre	34	14%
Noveno semestre	39	16%
Decimo semestre	38	16%
Egresado	93	39%
Total	237	100%

Figura 5.

Etapa académica



En cuanto a la etapa académica de los encuestados, se observa que el 61% de los participantes se identifican como estudiantes, mientras que el 39% restante corresponde a egresados. Dentro del grupo de estudiantes, se observa una distribución equitativa entre los distintos semestres. Un 14% está cursando el séptimo semestre, otro 14% el octavo, un 16% se encuentra en el noveno semestre y otro 16% está en el décimo semestre. Esta selección específica de semestres se fundamentó en el nivel de madurez académica alcanzado por los estudiantes, considerado relevante para comprender las motivaciones relacionadas con el emprendimiento e intraemprendimiento, tal como se explicó en la sección metodológica.

4.4 Pregunta 4: Si es egresado por favor indique el año de finalización

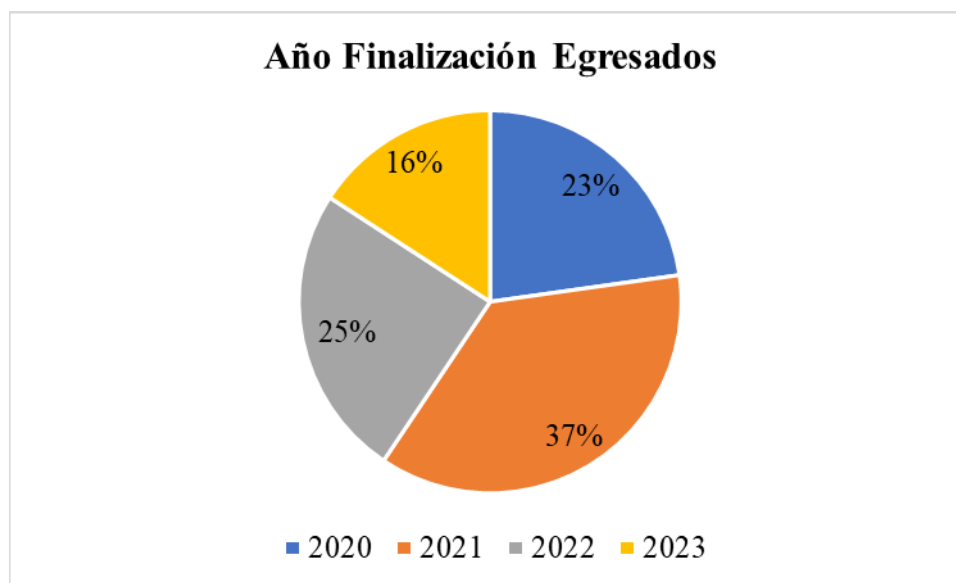
Tabla 4.

Año de finalización egresados

Semestre	Cantidad	Porcentaje
2020	21	23%
2021	34	37%
2022	23	25%
2023	15	16%
Total	93	100%

Figura 6

Año de finalización egresados



Este análisis muestra la distribución de egresados por año de finalización. Se observa una distribución más alta en los años 2021 y 2022, representando el 62% del total de egresados, mientras que el año 2020 y 2023 conforman el restante 38%. Esta variación en la cantidad de

egresados por año puede ser relevante para comprender las tendencias y la evolución en la elección entre emprendimiento e intraemprendimiento en diferentes períodos de graduación.

La inclusión específica de egresados de estos años se realizó estratégicamente con el propósito de captar perspectivas recientes sobre las experiencias en el programa de Gestión Empresarial. Se buscó involucrar a aquellos recién graduados que podrían ofrecer una visión fresca y actualizada sobre el tema. Esta selección también se basó en facilitar el contacto y la disponibilidad de esta cohorte de egresados para asegurar su participación en la investigación, como se explicó en la sección metodológica.

4.5 Pregunta 5: ¿Qué descripción se ajusta mejor a su perfil y sus preferencias? Seleccione la opción con la que se sienta más identificado.

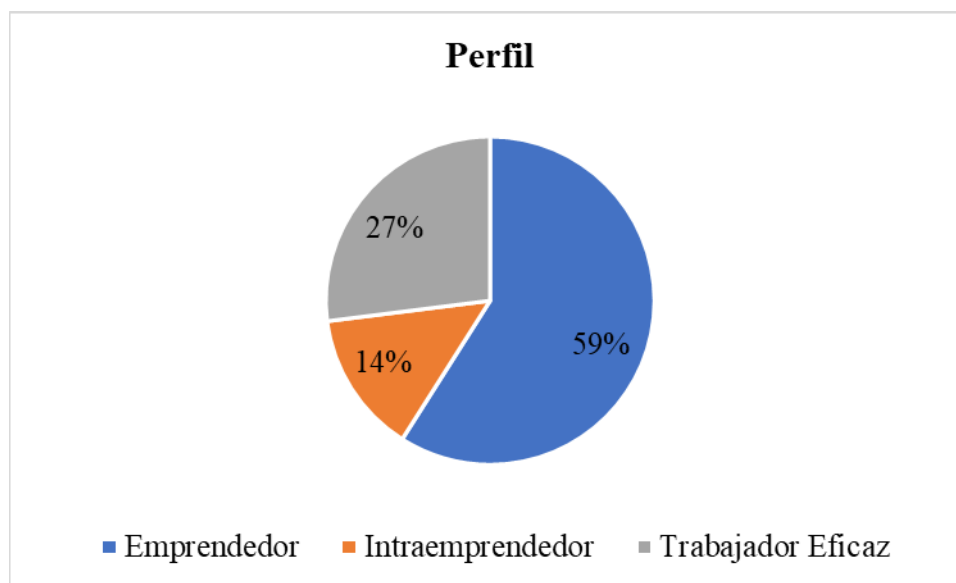
Tabla 5.

Tipos de perfil

Respuesta	Perfil
Se emociona al dirigir su propio negocio o proyecto independiente. Gusta asumir riesgos y valora tener control sobre las decisiones y los resultados, disfrutando de la autonomía y la independencia en su trabajo.	Emprendedor
Encuentra emoción en generar cambios, innovar y desarrollar proyectos o mejoras dentro de una estructura organizativa establecida. Disfruta colaborar en equipo, aprovechando los recursos existentes para impulsar nuevas ideas y soluciones.	Intraemprendedor
Se siente cómodo en entornos laborales estructurados y estables. Se centra en cumplir sus responsabilidades de manera eficiente, buscando alcanzar resultados consistentes en su trabajo. Prefiere concentrarse en las tareas asignadas y cumplir con las actividades requeridas en su rol laboral.	Trabajador Eficaz

Tabla 6.*Perfil de los estudiantes y egresados*

Perfil	Cantidad	Porcentaje
Emprendedor	139	59%
Intraemprendedor	34	14%
Trabajador Eficaz	64	27%
Total	237	100%

Figura 7.*Perfil*

Los resultados obtenidos muestran una clara orientación hacia el emprendimiento, con el 59% de los encuestados identificándose como 'Emprendedores', evidenciando su interés en sus propios negocios y tomar decisiones autónomas. En contraste, solo el 14% se autodefinió como 'Intraemprendedor', mostrando una inclinación por liderar proyectos dentro de estructuras

organizativas establecidas. Además, se identificó un grupo significativo, el 27%, como 'Trabajador Eficaz'.

En el marco teórico se define el 'trabajador eficaz' como aquel que logra cumplir con los objetivos y metas laborales de manera efectiva y eficiente, distinguiendo entre eficacia y eficiencia en el contexto laboral (Sagrado & Sagrado, 2022). Sin embargo, es importante destacar que este grupo de 'Trabajadores Eficaces' se identificó y se finalizó su encuesta dado que no son objeto de este estudio. Sin embargo, la identificación de este grupo sugiere una oportunidad para el programa de gestión empresarial UIS para explorar cómo fomentar y apoyar la mentalidad emprendedora en individuos que, a pesar de su identificación, podrían poseer un potencial emprendedor latente.

4.6 Perfil: Emprendedor

A continuación, se presentan los datos correspondientes al 59% de los encuestados del perfil emprendedor.

4.6.1 Pregunta 6: *¿Cuál considera que es y ha sido su principal motivación para decidir ser emprendedor?*

Tabla 7.

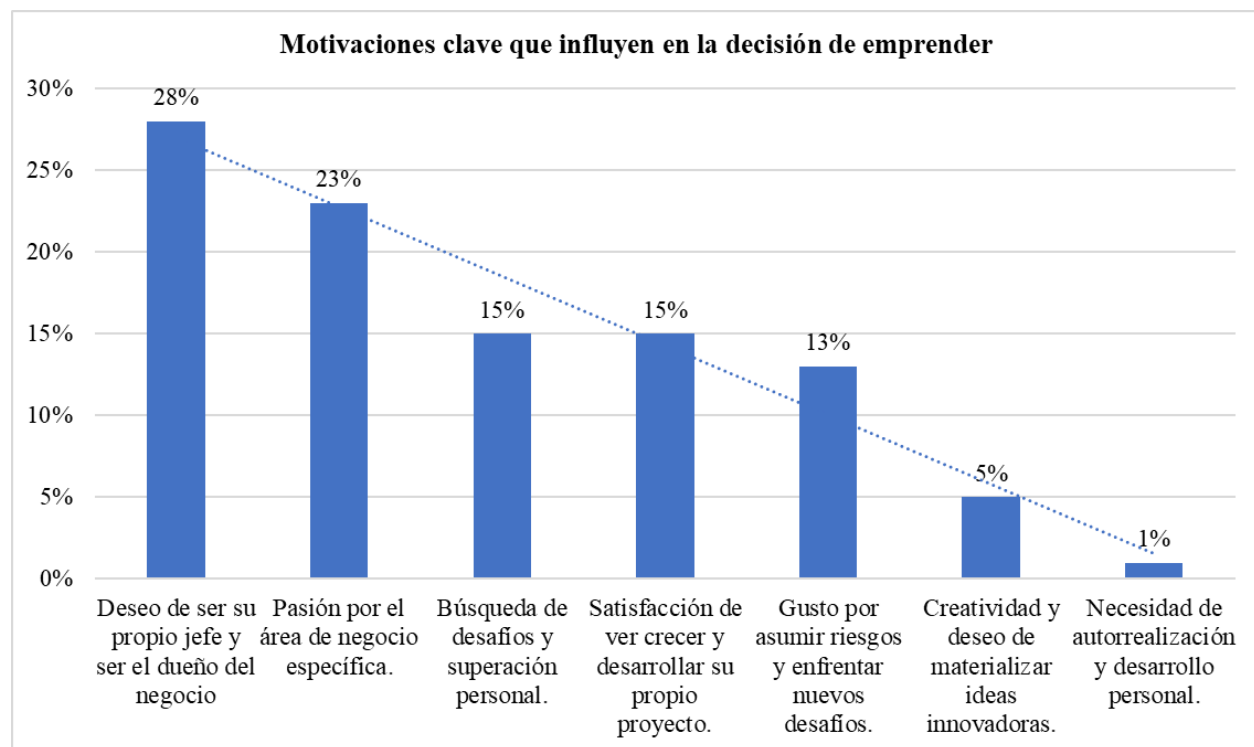
Motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender

Tipo	Motivaciones	Cantidad	Porcentaje
Intrínseca	Pasión por el área de negocio específica.	32	23%
Extrínseca	Deseo de ser su propio jefe y ser el dueño del negocio	39	28%
Intrínseca	Búsqueda de desafíos y superación personal.	21	15%

Intrínseca	Creatividad y deseo de materializar ideas innovadoras.	7	5%
Trascendental	Satisfacción de ver crecer y desarrollar su propio proyecto.	21	15%
Intrínseca	Gusto por asumir riesgos y enfrentar nuevos desafíos.	18	13%
Intrínseca	Necesidad de autorrealización y desarrollo personal.	1	1%
Total		139	100%

Figura 8.

Motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender



Los emprendedores indican que la Motivación extrínseca de "Deseo de ser su propio jefe y ser el dueño del negocio" es la respuesta más seleccionada con un 28%. Esto indica que una parte

significativa de los encuestados se siente motivada por el control y la autonomía que ofrece el ser dueño de su propio negocio.

Las motivaciones intrínsecas ocupan una proporción considerable en las respuestas. La "Pasión por el área de negocio específico" (23%), "Búsqueda de desafíos y superación personal" (15%), "Satisfacción de ver crecer y desarrollar su propio proyecto" (15%), "Gusto por asumir riesgos y enfrentar nuevos desafíos" (13%) son factores internos que influyen en la decisión de emprender. Esto sugiere que la inclinación hacia el emprendimiento está fuertemente vinculada a la satisfacción personal y el crecimiento individual.

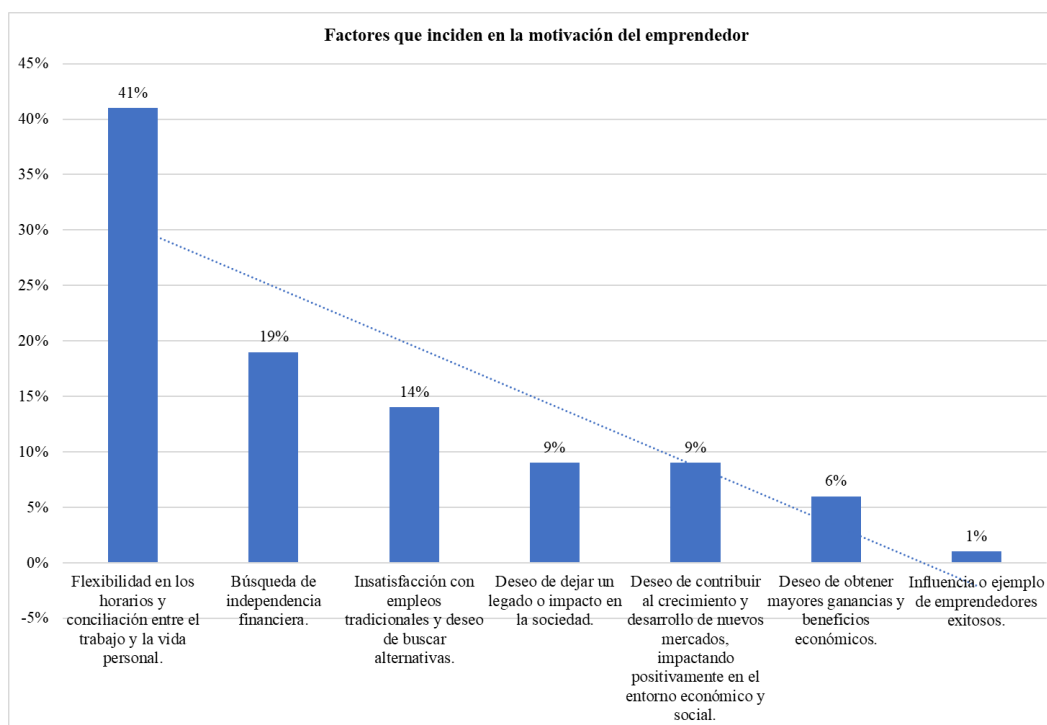
Las motivaciones de "Creatividad y deseo de materializar ideas innovadoras" (5%) y "Necesidad de autorrealización y desarrollo personal" (1%) tienen una incidencia baja en comparación con las demás. Sin embargo, aún representan aspectos significativos para un pequeño porcentaje de encuestados.

Las motivaciones intrínsecas, como la pasión, el deseo de superación y la búsqueda de desafíos, parecen estar interconectadas y podrían ser elementos clave que impulsan a los individuos hacia el emprendimiento.

4.6.2 Pregunta 7: ¿Cuál de los siguientes factores considera que es y ha sido parte de su motivación para decidir ser emprendedor?

Tabla 8.*Factores que inciden en la motivación del emprendedor*

Tipo	Motivaciones	Cantidad	Porcentaje
Extrínsecas	Búsqueda de independencia financiera.	26	19%
Extrínsecas	Deseo de obtener mayores ganancias y beneficios económicos.	9	6%
Extrínsecas	Flexibilidad en los horarios y conciliación entre el trabajo y la vida personal.	57	41%
Extrínsecas	Insatisfacción con empleos tradicionales y deseo de buscar alternativas.	20	14%
Trascendental	Influencia o ejemplo de emprendedores exitosos.	2	1%
Intrínsecas	Deseo de dejar un legado o impacto en la sociedad.	12	9%
Trascendental	Deseo de contribuir al crecimiento y desarrollo de nuevos mercados, impactando positivamente en el entorno económico y social.	13	9%
Total		139	100%

Figura 9.*Factores que inciden en la motivación del emprendedor*

El 41% mencionó la flexibilidad horaria y la conciliación vida-trabajo como motivación, indicando la importancia del equilibrio en la vida personal y laboral. Esto resalta la relevancia de las condiciones laborales flexibles para los emprendedores.

Por otro lado, un porcentaje significativo, el 19%, identificó la búsqueda de independencia financiera como un motor esencial para emprender, mientras que un 14% expresó la insatisfacción con los trabajos tradicionales como razón para buscar alternativas.

Resulta interesante observar que un 9% se motiva por el deseo de dejar un legado o impactar en la sociedad, señalando una dimensión más trascendental en sus motivaciones, más allá de lo meramente económico o laboral.

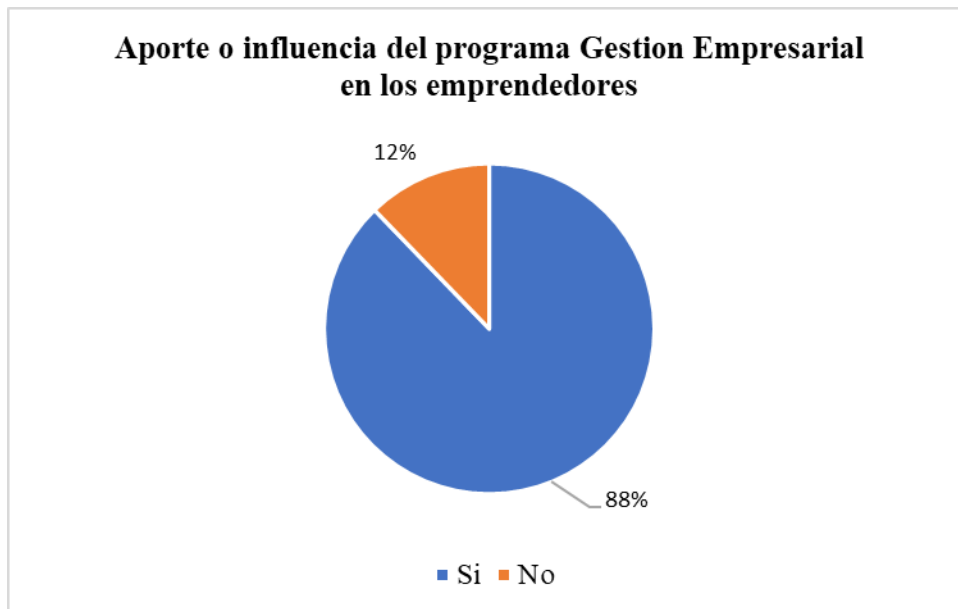
Por último, es notable que solo un 1% mencionó la influencia de emprendedores exitosos como una motivación, lo cual sugiere que, aunque es un factor, no es predominante entre los encuestados.

Estos datos revelan una combinación de factores extrínsecos, donde la independencia financiera y las condiciones laborales flexibles son importantes, y motivaciones más trascendentales, como dejar un legado o impactar en la sociedad, que también influyen en la decisión de emprender.

4.6.3 Pregunta 8: ¿Considera que el programa de gestión empresarial de la UIS ha aportado e influido para su desarrollo como emprendedor?

Tabla 9*Aporte o influencia del programa Gestión Empresarial en los emprendedores*

Ha aportado o influenciado el programa de Gestión empresarial	Cantidad	Porcentaje
Si	122	88%
No	17	12%
Total	139	100%

Figura 10*Aporte o influencia del programa Gestión Empresarial en los emprendedores*

Las respuestas revelan una tendencia mayoritaria en la percepción positiva hacia el impacto del programa de gestión empresarial de la UIS en el desarrollo como emprendedor. El 88% de los encuestados considera que este programa ha contribuido y ha ejercido influencia en su desarrollo como emprendedor.

Esta percepción mayoritariamente positiva sugiere que los contenidos, enfoques pedagógicos, experiencias prácticas o habilidades adquiridas en el programa de gestión empresarial han sido valorados por la mayoría de los encuestados como elementos significativos que han contribuido a su formación y capacidad emprendedora.

Sin embargo, el 12% que manifestó no sentir un impacto en su desarrollo emprendedor podría ser importante para indagar en áreas de mejora del programa. Sería interesante profundizar en sus respuestas para identificar áreas específicas en las que el programa podría no haber cumplido con las expectativas o no ha influido como esperaban en su formación emprendedora. Esta información podría ser crucial para mejorar el diseño curricular o la implementación del programa y adaptarlo mejor a las necesidades de los estudiantes interesados en emprender.

4.7 Perfil: Intraemprendedor

A continuación, se presentan los datos correspondientes al 14% de los encuestados del perfil intraemprendedor.

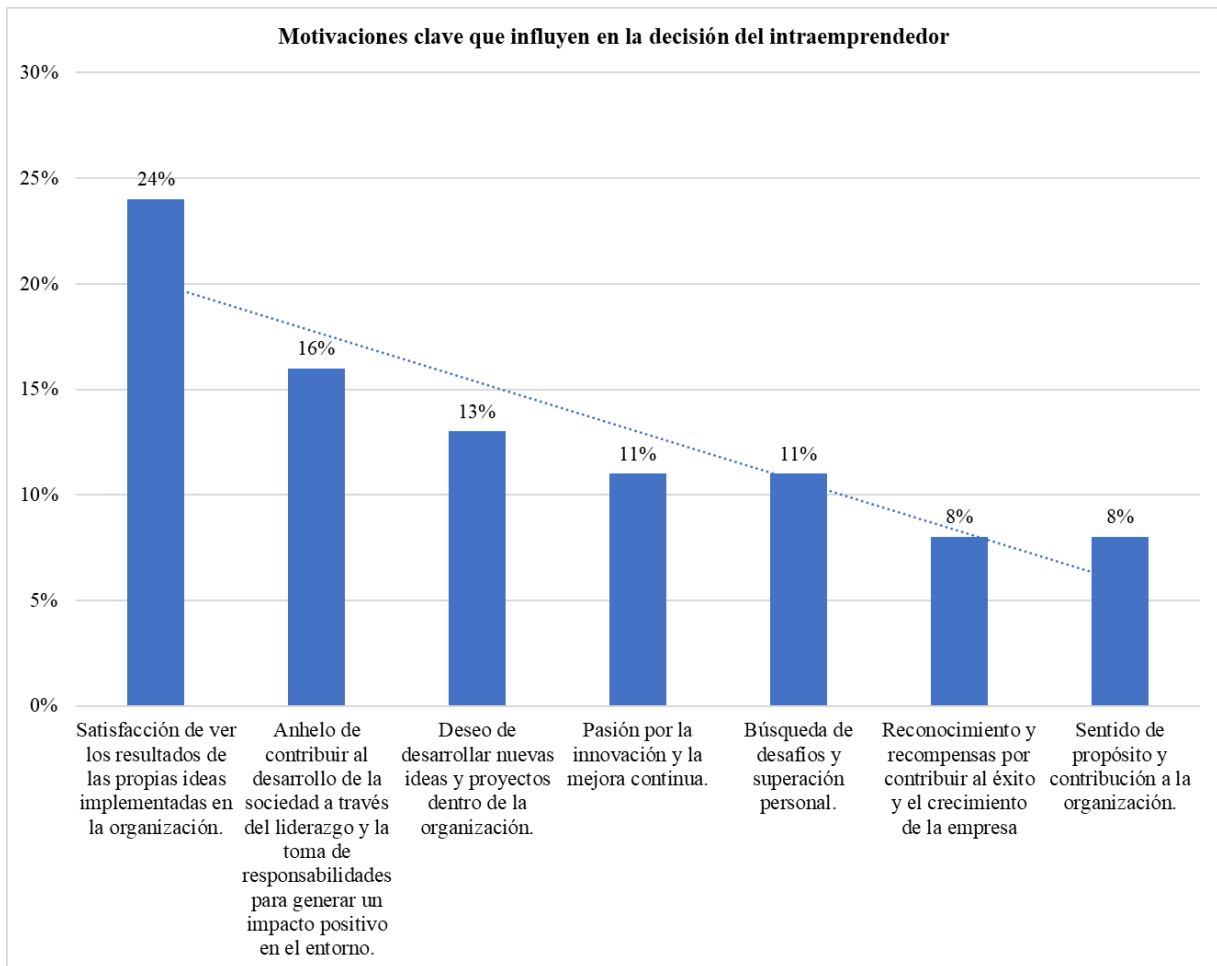
4.7.1 Pregunta 9: ¿Cuál considera que es y ha sido su principal motivación para decidir ser intraemprendedor?

Tabla 10.*Motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor*

Tipo	Motivación	Cantidad	Porcentaje
Intrínseca	Deseo de desarrollar nuevas ideas y proyectos dentro de la organización.	5	13%
Intrínseca	Pasión por la innovación y la mejora continua.	4	11%
Intrínseca	Búsqueda de desafíos y superación personal.	4	11%
Intrínseca	Satisfacción de ver los resultados de las propias ideas implementadas en la organización.	9	24%
Extrínseca	Reconocimiento y recompensas por contribuir al éxito y el crecimiento de la empresa	3	8%
Intrínseca	Sentido de propósito y contribución a la organización.	3	8%
Trascendental	Anhelos de contribuir al desarrollo de la sociedad a través del liderazgo y la toma de responsabilidades para generar un impacto positivo en el entorno.	6	16%
Total		34	89%

Figura 11.

Motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor



El 89% de las respuestas se centran en aspectos que reflejan un impulso interno. Los encuestados muestran un claro interés en aspectos como el deseo de desarrollar ideas innovadoras (13%), la pasión por la mejora continua (11%), la búsqueda de desafíos y superación personal (11%), y la satisfacción al ver los resultados de las propias ideas implementadas en la organización (24%).

Además, se observa un 16% de respuestas trascendentales. Este grupo muestra un deseo significativo de contribuir al desarrollo de la sociedad mediante el liderazgo y la toma de responsabilidades para generar un impacto positivo en el entorno.

A pesar de que las motivaciones extrínsecas son minoritarias en este análisis, se evidencia un 8% de deseo de reconocimiento y recompensas por contribuir al éxito y crecimiento de la empresa.

Las motivaciones intrínsecas y trascendentales predominan entre los encuestados como impulsores para ser intraemprendedores, mostrando un fuerte compromiso personal con el crecimiento interno y el impacto social dentro de la organización.

4.7.2 Pregunta 10: ¿Cuál de los siguientes factores considera que es y ha sido parte de su motivación para decidir ser intraemprendedor?

Tabla 11.

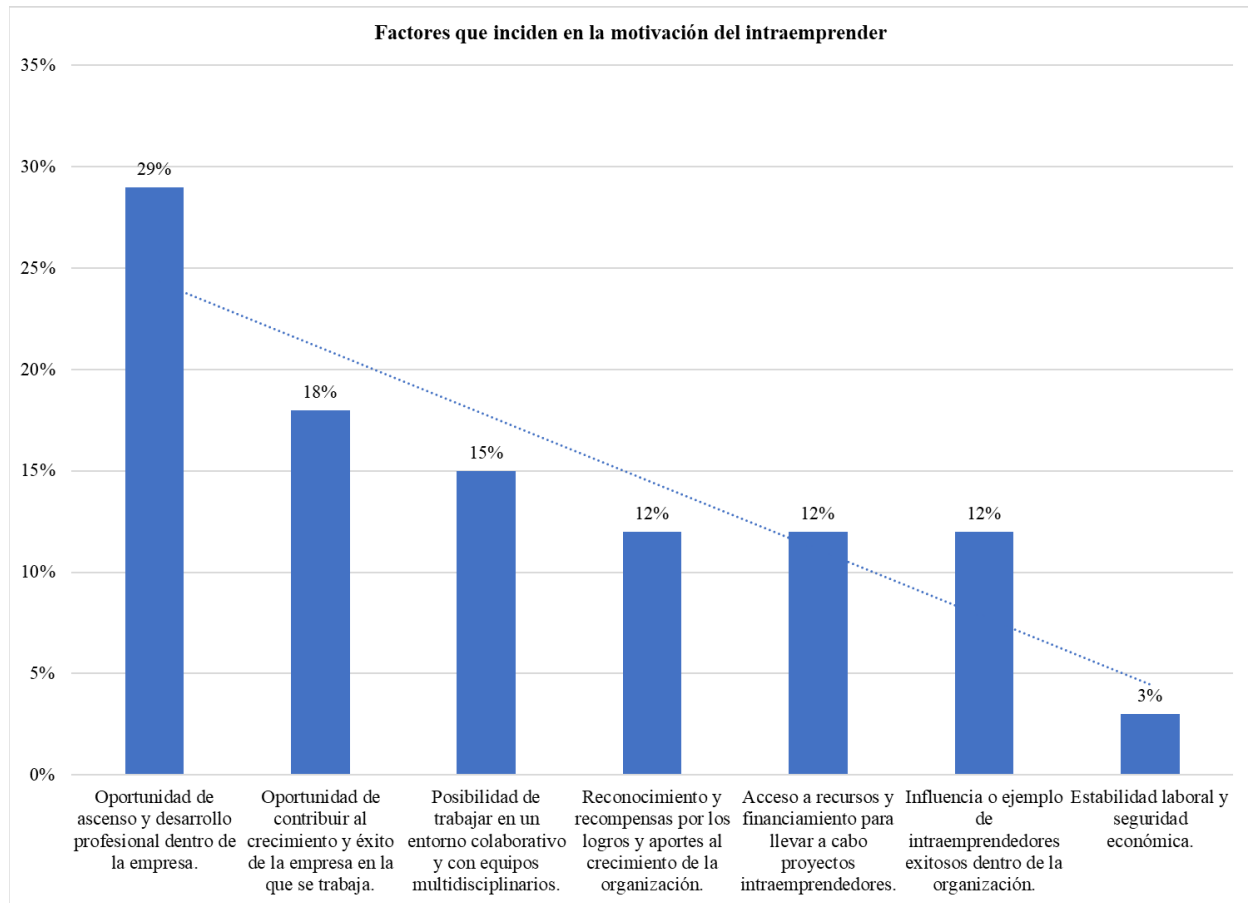
Factores que inciden en la motivación del intraemprender

Tipo	Motivación	Cantidad	Porcentaje
Extrínseca	Reconocimiento y recompensas por los logros y aportes al crecimiento de la organización.	4	12%
Extrínseca	Oportunidad de ascenso y desarrollo profesional dentro de la empresa.	10	29%
Intrínseca	Posibilidad de trabajar en un entorno colaborativo y con equipos multidisciplinarios.	5	15%
Extrínseca	Acceso a recursos y financiamiento para llevar a cabo proyectos intraemprendedores.	4	12%
Trascendental	Influencia o ejemplo de intraemprendedores exitosos dentro de la organización.	4	12%
Trascendental	Oportunidad de contribuir al crecimiento y éxito de la empresa en la que se trabaja.	6	18%

Extrínseca	Estabilidad laboral y seguridad económica.	1	3%
Total		34	100%

Figura 12.

Factores que inciden en la motivación del intraemprender



La motivación más significativa para decidir ser intraemprendedor es la oportunidad de ascenso y desarrollo profesional dentro de la empresa, representando el 29% de las respuestas. Esta búsqueda de oportunidades de crecimiento profesional se muestra como el factor más relevante para los encuestados, seguido de cerca por la motivación de contribuir al crecimiento de la empresa, con un 18%.

Además, el deseo de trabajar en un entorno colaborativo, que representó el 15%, subraya la importancia de un ambiente laboral que fomenta la colaboración. La influencia de intraemprendedores exitosos dentro de la organización y el reconocimiento por logros y contribuciones también se presentan como motivadores significativos, ambos con un 12%.

En menor medida, pero aún relevante, se encuentran el acceso a recursos y financiamiento para proyectos intraemprendedores, con un 12%. Sin embargo, la estabilidad laboral y la seguridad económica emergieron como el factor menos influyente, representando solo el 3% de las respuestas.

Estos resultados resaltan la relevancia crucial de las oportunidades de desarrollo profesional, la contribución al éxito de la empresa y la influencia de un entorno de trabajo colaborativo como los principales impulsores para optar por el intraemprendimiento.

4.7.3 Pregunta 11: ¿Estás interesado en dar el paso de ser intraemprendedor a ser emprendedor?

Tabla 12.

Interés de pasar de intraemprendedor a emprendedor

De intraemprendedor a emprendedor	Cantidad	Porcentaje
Si	21	62%
No	13	38%
Total	34	100%

Figura 13.

Interés de pasar de intraemprendedor a emprendedor



El 62% de los encuestados expresaron estar interesados en dar el paso de ser intraemprendedores a ser emprendedores. Esta proporción mayoritaria sugiere un nivel significativo de aspiración y potencial de transición de roles dentro del ámbito empresarial. Esto indica una tendencia favorable hacia la exploración de nuevas oportunidades empresariales y el deseo de trascender el marco intraemprendedor hacia una posición más independiente y emprendedora.

Por otro lado, el 38% restante manifestó no estar interesado en dar ese paso. Aunque es un porcentaje menor, denota una proporción considerable que prefiere mantenerse en su rol actual de intraemprendedores, posiblemente debido a la comodidad, estabilidad laboral o al apoyo que encuentran dentro de la organización para desarrollar sus ideas innovadoras sin asumir el riesgo total del emprendimiento independiente.

4.7.4 Pregunta 12: ¿Qué considera que le aportado el programa de gestión empresarial de la UIS para su desarrollo como intraemprendedor?

Tabla 13.

Aporte o influencia del programa Gestión Empresarial en los intraemprendedores

Ha aportado o influenciado el programa de Gestión empresarial	Cantidad	Porcentaje
Si	28	91%
No	6	9%
Total	34	100%

Figura 14

Aporte o influencia del programa Gestión Empresarial en los intraemprendedores



El programa de Gestión Empresarial de la UIS tiene un impacto significativo en el desarrollo de los intraemprendedores, ya que el 91% de los encuestados afirmaron que el programa ha aportado o influenciado positivamente en su desarrollo como intraemprendedores. Esto sugiere

una alta percepción de la utilidad y el impacto positivo del programa en sus habilidades y enfoque empresarial.

Solo un 9% de los encuestados indicaron que el programa no ha contribuido a su desarrollo como intraemprendedores. Estos resultados destacan la importancia y efectividad percibida del programa de Gestión Empresarial de la UIS en el desarrollo de habilidades y actitudes propicias para el intraemprendimiento entre los encuestados.

6. Clasificación de las motivaciones

La clasificación de las motivaciones para ser emprendedor o intraemprendedor de los estudiantes y egresados del programa de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander en Bucaramanga se abordó mediante un proceso analítico basado en las respuestas de la encuesta y la revisión de fuentes teóricas. Este análisis permitió identificar y categorizar las diversas motivaciones expresadas por los encuestados, buscando comprender en profundidad los impulsos que llevan a optar por el emprendimiento o el intraemprendimiento. Esta clasificación no fue simplemente un resultado directo de la encuesta, sino un proceso de análisis llevado a cabo para obtener una comprensión más clara y detallada de las motivaciones predominantes.

6.1 Clasificación de las motivaciones de los emprendedores

Tabla 14 *Clasificación de las motivaciones de los emprendedores*

Motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender			Factores que inciden en la motivación del emprendedor		
Tipo	Cantidad	Porcentaje	Tipo	Cantidad	Porcentaje
Intrínseca	79	57%	Extrínsecas	112	81%
Extrínseca	39	28%	Trascendental	15	11%
Trascendental	21	15%	Intrínsecas	12	9%
Total	139	100%	Total	139	100%

Tabla 15 *Clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender*

Tipo	Cantidad	Porcentaje
Intrínseca	79	57%
Extrínseca	39	28%
Trascendental	21	15%
Total	139	100%

Figura 15

Clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender

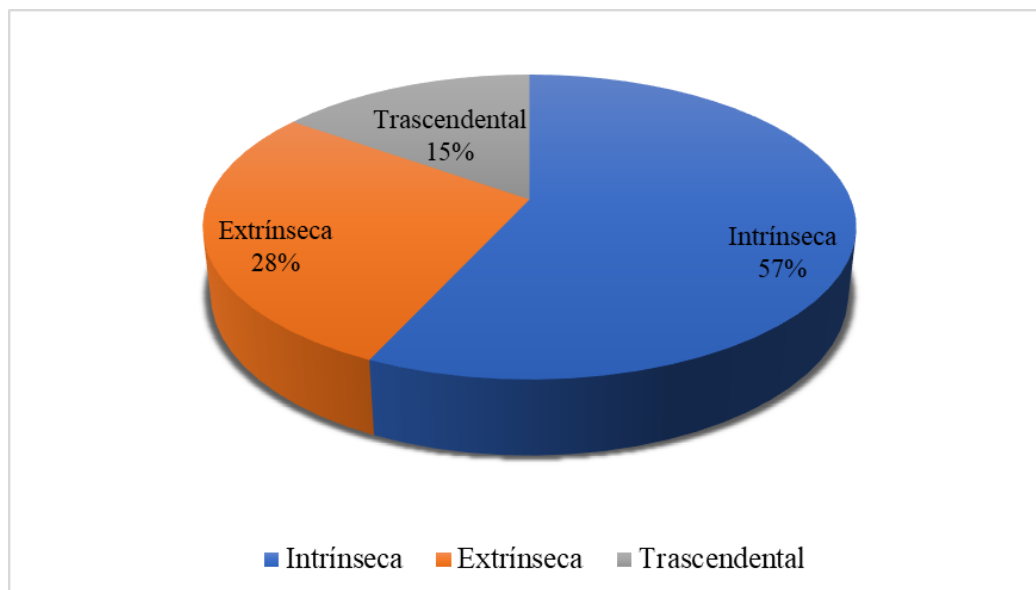
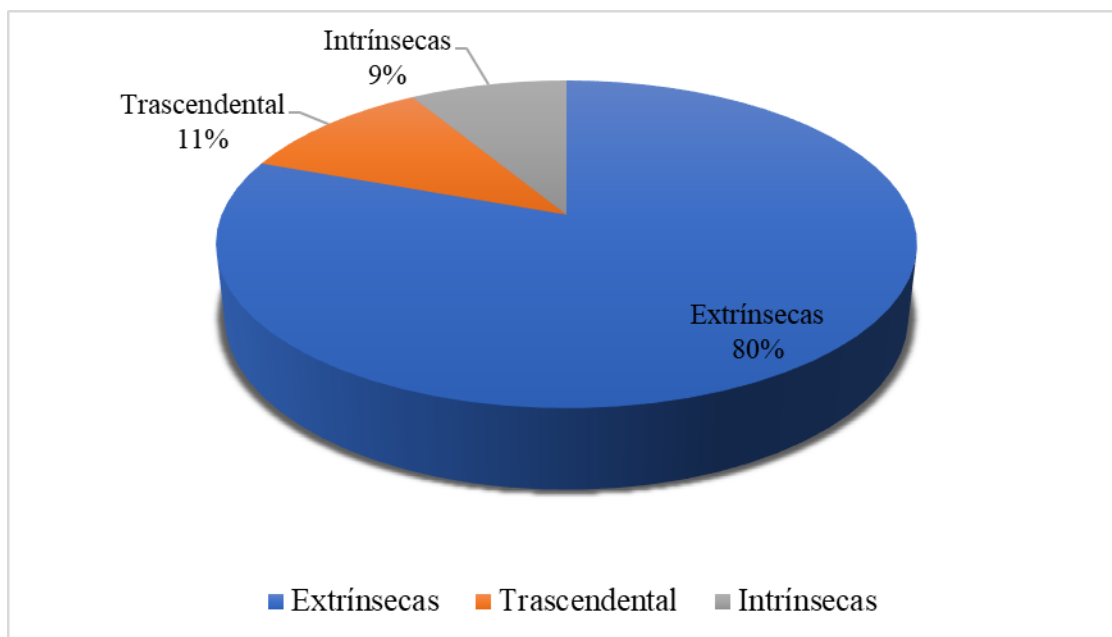


Tabla 16 Clasificación factores que inciden en la motivación del emprendedor

Tipo	Cantidad	Porcentaje
Extrínsecas	112	81%
Trascendental	15	11%
Intrínsecas	12	9%
Total	139	100%

Figura 16

Clasificación factores que inciden en la motivación del emprendedor



En la clasificación realizada de las motivaciones clave que influyen en la decisión de emprender con los factores que inciden en la motivación del emprendedor, se evidencia una marcada diferencia en la preferencia de los emprendedores por las motivaciones extrínsecas en comparación con las intrínsecas y trascendentales.

Por un lado, el 57% de los emprendedores señalan motivaciones intrínsecas, donde la pasión por el área de negocio específica parece ser un factor determinante. Esta cifra, aunque significativa, se ve superada considerablemente por el 81% que menciona motivaciones extrínsecas. Este hallazgo resalta la relevancia de factores como el deseo de ser su propio jefe y la búsqueda de independencia financiera como impulsores principales para tomar la decisión de emprender.

Asimismo, se identifica que el 15% de los emprendedores consideran motivaciones trascendentales, reflejando un interés notable por aspectos más allá de lo individual, como la satisfacción de ver crecer su proyecto o contribuir al crecimiento económico y social. Sin embargo, este porcentaje es inferior al 28% de motivaciones trascendentales que inciden en la motivación del emprendedor, lo que sugiere que, si bien existe una conciencia sobre aspectos sociales y de impacto, estos no son tan determinantes al momento de tomar la decisión de emprender como lo son las motivaciones extrínsecas.

La preferencia por motivaciones extrínsecas puede moldear el entorno y desarrollo del emprendedor en un enfoque más centrado en logros tangibles y resultados financieros inmediatos. Esto puede llevar a decisiones empresariales más orientadas a la rentabilidad económica, posiblemente relegando aspectos como la innovación sostenible o el impacto social a un segundo plano.

Para contrarrestar esta tendencia, se pueden implementar estrategias que fomenten un equilibrio entre motivaciones extrínsecas e intrínsecas. Programas educativos, mentorías o talleres centrados en el desarrollo personal, la innovación responsable y el impacto social podrían ampliar la perspectiva de los emprendedores, incentivando un enfoque más holístico en sus iniciativas.

Además, fomentar una cultura organizacional que valore tanto los logros financieros como el impacto social puede reforzar la adopción de motivaciones intrínsecas en el proceso emprendedor.

6.2 Clasificación de las motivaciones de los intraemprendedores

Tabla 17 *Clasificación de las motivaciones de los intraemprendedores*

Motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor			Factores que inciden en la motivación del intraemprender		
Tipo	Cantidad	Porcentaje	Tipo	Cantidad	Porcentaje
Extrínsecas	3	9%	Extrínsecas	19	56%
Trascendental	6	18%	Trascendental	10	29%
Intrínsecas	25	74%	Intrínsecas	5	15%
Total	34	100%	Total	34	100%

Tabla 18 *Clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor*

Tipo	Cantidad	Porcentaje
Extrínsecas	3	9%
Trascendental	6	18%
Intrínsecas	25	74%
Total	34	100%

Figura 17 *Clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprendedor*

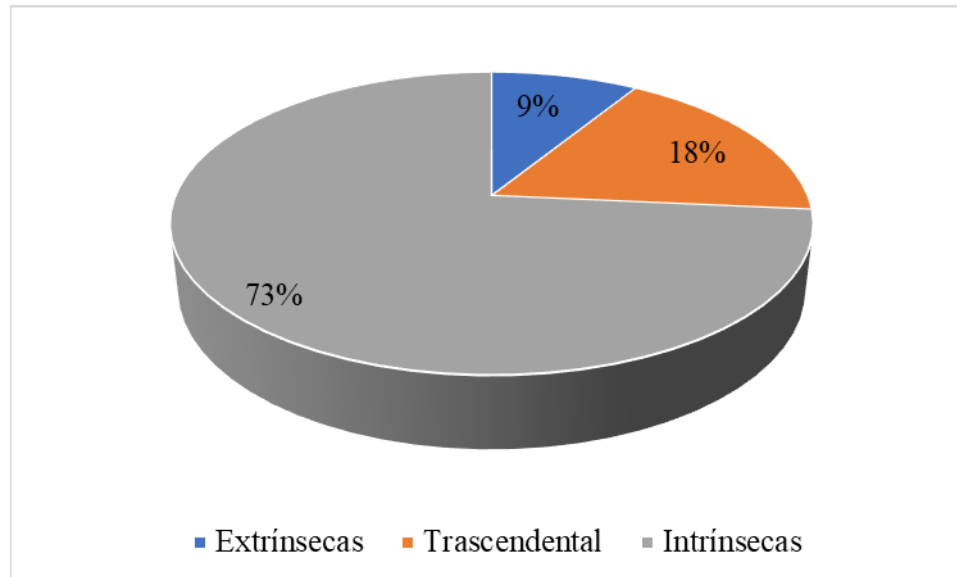
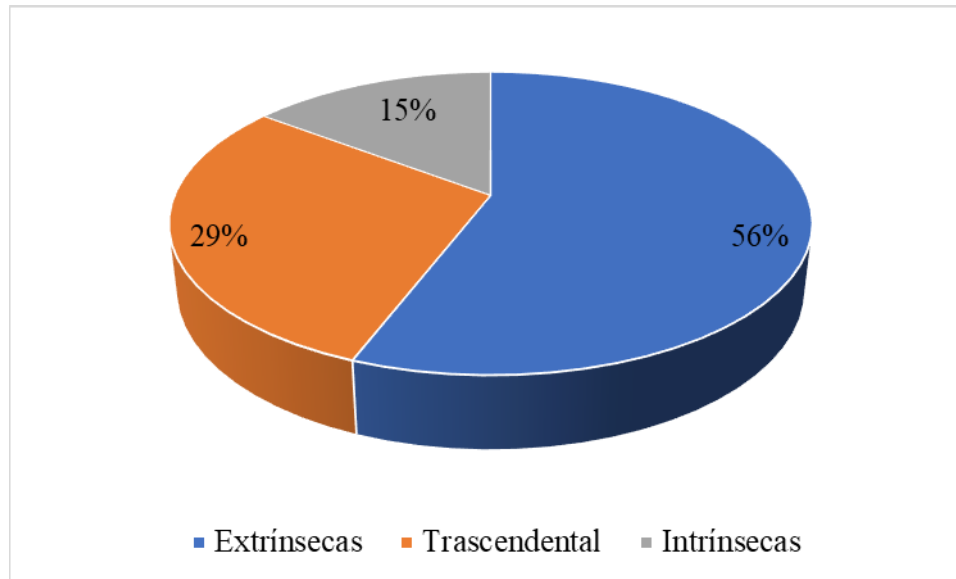


Tabla 19 *Clasificación de los factores que inciden en la motivación del intraemprender*

Tipo	Cantidad	Porcentaje
Extrínsecas	19	56%
Trascendental	10	29%
Intrínsecas	5	15%
Total	34	100%

Figura 18

Clasificación de los factores que inciden en la motivación del intraemprender



La clasificación de las motivaciones clave que influyen en la decisión del intraemprender y los factores que inciden en su motivación refleja una clara inclinación hacia motivaciones intrínsecas en este grupo específico.

El 74% de los intraemprendedores mencionan motivaciones intrínsecas como su principal impulsor. Esto resalta la importancia de factores como la satisfacción al ver resultados de ideas implementadas y la oportunidad de ascenso y desarrollo profesional dentro de la empresa como elementos cruciales para este grupo.

Aunque las motivaciones intrínsecas dominan claramente, también se observa una presencia significativa del 18% en motivaciones trascendentales entre los intraemprendedores. Este porcentaje, aunque menor que las motivaciones intrínsecas, sugiere que este grupo tiene un interés considerable en aspectos más allá de lo individual, como el deseo de contribuir al crecimiento económico y social.

En contraste, las motivaciones extrínsecas representan un porcentaje relativamente bajo, con solo el 9%. Esto indica que, a diferencia de los emprendedores, los intraemprendedores no están principalmente motivados por factores externos como la independencia financiera o la flexibilidad horaria. Esta clara preferencia por las motivaciones intrínsecas entre los intraemprendedores sugiere un enfoque más hacia la realización personal y el crecimiento profesional interno dentro de la organización. Esta tendencia puede tener un impacto positivo en el clima laboral y la cultura corporativa, fomentando un ambiente donde la creatividad, la satisfacción personal y el compromiso con la empresa sean valores centrales.

Es crucial que las estrategias de apoyo y desarrollo consideren esta preferencia intrínseca, impulsando programas que promuevan el desarrollo profesional interno, el reconocimiento por la implementación de ideas exitosas y la creación de entornos colaborativos que estimulen la innovación desde adentro. Estos esfuerzos podrían no solo fortalecer la motivación individual de los intraemprendedores, sino también contribuir a la creación de un entorno organizacional más dinámico y receptivo a la creatividad y la iniciativa interna.

7. Conclusiones

La revisión bibliográfica ha sido fundamental para adentrarse en el entendimiento del emprendimiento e intraemprendimiento, delineando sus perfiles dentro del Programa de Gestión Empresarial de la UIS y aportando un contexto significativo a esta investigación. Asimismo, al explorar las teorías de la motivación, se identificó una marcada afinidad con las motivaciones intrínsecas, extrínsecas y trascendentales. Este análisis permitió la clasificación de las motivaciones que impulsan a emprendedores e intraemprendedores, facilitando así una comprensión de sus elecciones motivacionales.

Los hallazgos de esta investigación revelan una marcada preferencia por el emprendimiento directo, donde un considerable 59% de los participantes se identificaron como 'Emprendedores', evidenciando un deseo claro de liderar sus propios proyectos y tomar decisiones independientes. Contrariamente, apenas un 14% se autodenominó como 'Intraemprendedor', indicando un interés menor en liderar iniciativas dentro de estructuras organizativas establecidas. Este escenario se apoya en motivaciones notables: la búsqueda de autonomía y ser dueño del negocio destacó como la principal motivación extrínseca, seleccionada por el 28% de los encuestados. Asimismo, un significativo 41% mencionó la flexibilidad horaria y la armonía entre vida y trabajo como motivadores claves.

El perfil del 'Intraemprendedor' se enmarca en una satisfacción intrínseca al ver materializadas sus ideas dentro de la organización (24%) y una clara visión de ascenso y desarrollo profesional interno (29%). Destaca el interés expresado por el 62% de los participantes en dar el paso de ser intraemprendedores para convertirse en emprendedores independientes, lo que sugiere

un dinamismo y un potencial de evolución en la mentalidad empresarial. Estos resultados subrayan la importancia de comprender las distintas motivaciones que impulsan a estos dos perfiles, lo que a su vez puede orientar estrategias de fomento y desarrollo tanto para emprendedores como para intraemprendedores en entornos laborales y empresariales.

Clasificar la motivación de emprendedores e intraemprendedores entre los estudiantes y egresados de Gestión Empresarial en la Universidad Industrial de Santander en Bucaramanga ha sido fundamental para comprender las preferencias y determinantes que impulsan a estos grupos. Este análisis revela una diferencia significativa: los emprendedores muestran una inclinación hacia motivaciones extrínsecas, destacando la independencia financiera y el deseo de ser sus propios jefes, mientras que los intraemprendedores exhiben una clara preferencia por motivaciones intrínsecas, centrándose en el desarrollo profesional interno y la satisfacción de ver sus ideas implementadas.

Esta investigación permite identificar las motivaciones detrás de cada grupo, brindando un entendimiento valioso sobre sus necesidades, enfoques y aspiraciones. Esto permite enfocar estrategias educativas, mentorías y programas de desarrollo profesional que se adapten a estas preferencias, fortaleciendo así tanto la motivación individual como la cultura organizacional. Estos resultados resaltan la importancia de fomentar un equilibrio entre motivaciones extrínsecas e intrínsecas para apoyar el desarrollo integral de emprendedores e intraemprendedores en la universidad y en el mundo empresarial.

7. Recomendaciones

Se sugiere promover la interacción y colaboración entre emprendedores e intraemprendedores, creando espacios donde puedan compartir experiencias, conocimientos y establecer redes de contacto. Esto permitiría un intercambio de ideas y mejores prácticas entre ambos grupos, fomentando la sinergia y el aprendizaje mutuo.

Se sugiere para futuras investigaciones abordar temas relacionados a 'Trabajadores Eficaces', con el fin de identificar las competencias empresariales o habilidades por desarrollar para desarrollar su propia idea de negocio o intraemprender.

Se recomienda al programa de Gestión Empresarial UIS implementar una iniciativa integral de desarrollo empresarial que aborde las motivaciones tanto extrínsecas como intrínsecas de sus estudiantes y egresados. Esto incluiría la creación de espacios de aprendizaje que promuevan la importancia del equilibrio entre logros financieros y el impacto social. Además, se podrían ofrecer talleres, mentorías y programas educativos enfocados en el desarrollo personal, la innovación sostenible y la responsabilidad social empresarial. Esto no solo ampliaría la perspectiva de los emprendedores, sino que también fomentaría una cultura organizacional que valore no solo la rentabilidad económica, sino también el impacto social y medioambiental en el mundo empresarial actual

Referencias Bibliográficas

- Alcaraz Rodríguez, R.E. (2011). El emprendedor de éxito. México: Mac Graw Hill.
- Angarita, J. R. (2007). Teoría de las necesidades de Maslow. http://doctorado.josequintero.Net/documentos/Teoria_Maslow_Jose_Quintero.pdf.
- Arias, J. A. V., Restrepo, I. M., & Restrepo, A. M. (2015). Factores explicativos de las intenciones emprendedoras en estudiantes y egresados universitarios. *Espacios*, 36(05).
- Banco Santander. (2021, 13 abril). Motivación intrínseca y extrínseca. Santander Open Academy. <https://www.becas-santander.com/es/blog/motivacion-intrinseca-y-extrinseca.html>
- Bilbao, A., & Pachano, S. (2002). Rasgos y actitudes de los emprendedores. Venezuela: Corporación Andina de Fomento.
- Blog de Derecho de los Negocios. (2017, 21 julio). La importancia del emprendimiento en Colombia. <https://dernegocios.uexternado.edu.co/negociacion/la-importancia-del-emprendimiento-en-colombia/>
- Camps Coma, X. C. (2018, 5 enero). 8 características para identificar a un intraemprendedor. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/20141027203024-33658917-8-caracter%C3%ADsticas-para-identificar-a-un-intraemprendedor/>
- Casal, J., & Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Rev. Epidem. Med. Prev.*, 1(1), 3-7.
- Castrillón, M. A. G. (2011). El aprendizaje para impulsar el intra-emprendimiento en organizaciones complejas. *Ide@s CONCYTEG*, 74, 919-939.
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia, 2, 1-11.

- Confecámaras [Red de cámaras de comercio]. (2022). Dinámicas de creación de empresas en Colombia. <https://confecamaras.org.co/images/Dinamica-de-Creacion-de-Empresas-primer-semester-2022.pdf>
- Cueva, F. D. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y negocios*, 2(3), 46-55.
- Diez Ortega, M. C. (2021). La motivación 3.0 en la Gestión del Talento en las Organizaciones.
- Duarte, T., & Tibana, M. R. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et technica*, 15(43), 326-331.
- Duque Echeverri, S. (2023, 30 junio). Comprendiendo la diferencia entre la motivación intrínseca y extrínseca. Platzi. <https://platzi.com/blog/gamificacion-motivadores-extrinsecos-entrinsecos/>
- El Tiempo. (2022, 7 octubre). Las apuestas del intraemprendimiento en Colombia. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/las-apuestas-del-intraemprendimiento-en-colombia-707962>
- Escudero Nuñez, L. B. (2022). La motivación y satisfacción laboral en trabajadores en la producción académica desde el año 2010 a 2021.
- Esteban Nieto, N. (2018). Tipos de investigación.
- Garzón Gutiérrez, A. R., Castro Hernández, D. M., Gómez, G. D., Torres Peña, M. A., & López Gómez, M. L. (2020). Niveles de deserción universitaria y decálogo para minimizar su impacto.
- Ginebra, G. (2023, 21 marzo). Los tres ingredientes de la verdadera motivación | IESE Insight. IESE Insight. <https://www.iese.edu/es/insight/articulos/tres-ingredientes-verdadera->

- Moreno Ramirez, A. G. (2021). Motivación Intrínseca y Estilos de Aprendizaje en los Estudiantes y egresados de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, 2019.
- Muñoz, MD y de la Fuente, FV (2010). La pirámide de necesidades de Abraham Maslow. "<http://coebioetica.salud-oaxaca.trozo.mx/wp-content/uploads/2018/libros/ceboax-0530.pdf>_"
- Nova, B. C., Román, K. F., Monsalve, F. J., & Leal, J. S. (2016). Factores que impulsan el emprendimiento de un estudiante en la ciudad de Concepción. *Revista Academia & Negocios*, 2(1), 1-6.
- Ortega, C. (2023). Investigación mixta. Qué es y tipos que existen. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>
- Ortiz Castellanos, Vargas Dugarte, S. M., & Villamizar Caceres, L. H. (2018). Caracterizacion Del Perfil Emprendedor De Los Estudiantes y egresados De Tecnologia Empresarial De La Sede Bucaramanga [recurso Electronico]. UIS.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232.
- Portal Empresarial. (2022, 8 noviembre). Emprendimiento Empresarial <https://portalempresarial.org/emprendimiento-empresarial/>
- Prieto, E. (2023, 16 junio). Conoce cuáles son las características del emprendedor - SNHU. University Southern New Hampshire. <https://es.snhu.edu/noticias/conoce-cuales-son-las-caracteristicas-del-emprendedor>
- Ramos G. C. (2020). Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

- Rivas, H. C. P., & Perero, S. G. V. (2018). Motivación laboral. Elemento fundamental en el éxito organizacional. *Revista Scientific*, 3(7), 177-192.
- Rodríguez, E. M. (2023, 16 noviembre). Diferencias entre la motivación intrínseca y extrínseca. *La Mente es Maravillosa*. <https://lamenteesmaravillosa.com/diferencias-entre-la-motivacion-intrinseca-y-extrinseca/>
- Rubio, P. (2011). Instituto Europeo De Gestion Empresarial Libro I Introducción a la Gestión Empresarial.
- Sagrado, P., & Sagrado, P. (2022, 4 noviembre). Cómo aumentar la eficiencia de los trabajadores. *Vyootrip*. <https://www.vyootrip.com/aumentar-eficiencia-trabajadores/#:~:text=Un%20trabajador%20eficaz%20consigue%20resultados,para%20medir%20el%20%C3%A9xito%20individual.>
- UIS (Universidad Industrial de Santander) <https://pregrados.uis.edu.co/gestion-empresarial/>
- Villafañe, J. A., & Cárdenas Ortiz, L. C. (2021, 7 julio). Perfil y características del emprendedor como aspectos determinantes en el progreso de ideas empresariales | Desarrollo gerencial. *Universidad Simon Bolívar*. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/4219/5395>
- Yazmín, C. T., Arelis Olimpia, T. A., Elena, R. L., & Yamarilis, G. C. (2017, March). Motivación por la carrera de medicina en estudiantes y egresados de primer año. In *Convención Tecnosalud Camagüey 2017*.

Apéndice A.**ENCUESTA MOTIVACIONES DE LOS EMPRENDEDORES E
INTRAEMPRENDEDORES**

Gracias por participar en este cuestionario sobre las motivaciones del emprendimiento e intraemprendimiento. Su participación es de gran valor, ya que nos ayudará a comprender mejor qué impulsa a los estudiantes y egresados de gestión empresarial de la UIS a adentrarse en el emocionante mundo del emprendimiento y cómo perciben la oportunidad de ser intraemprendedores en organizaciones existentes. No hay respuestas correctas ni incorrectas, por lo que pedimos que responda con honestidad y desde su propia perspectiva.

¿Está de acuerdo en que sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y utilizadas únicamente con fines de investigación académica?

- Sí, acepto que mis respuestas sean tratadas de manera confidencial y utilizadas solo para fines de investigación académica.
- No, no deseo participar en el cuestionario.

1. Genero

Femenino

- Masculino
- No binario / Otro
- Prefiero no responder

2. Edad

- Entre 18 a 25 años
 - Entre 26 a 35 años
 - Entre 36 a 45 años
 - Entre 46 a 55 años Mayor de 56 años
3. Indique en que semestre de gestión empresarial se encuentra
- Séptimo Semestre
 - Octavo semestre
 - Noveno semestre
 - Decimo semestre
 - Egresado
4. Si es egresado por favor indique el año de finalización (Si es estudiante omita la pregunta)
5. ¿Qué descripción se ajusta mejor a su perfil y sus preferencias? Seleccione la opción con la que se sienta más identificado.
- Se emociona al dirigir su propio negocio o proyecto independiente. Gusta asumir riesgos y valora tener control sobre las decisiones y los resultados, disfrutando de la autonomía y la independencia en su trabajo. (Salta a la pregunta 7)
 - Encuentra emoción en generar cambios, innovar y desarrollar proyectos o mejoras dentro de una estructura organizativa establecida. Disfruta colaborar en equipo, aprovechando los recursos existentes para impulsar nuevas ideas y soluciones. (Salta a la pregunta 11)

Se siente cómodo en entornos laborales estructurados y estables. Se centra en cumplir sus responsabilidades de manera eficiente, buscando alcanzar resultados consistentes en su trabajo. Prefiere concentrarse en las tareas asignadas y cumplir con las actividades requeridas en su rol laboral. (Se finaliza la encuesta).

Perfil Emprendedor(a)

6. ¿Cuál considera que es y ha sido su principal motivación para decidir ser emprendedor?

7. ¿Cuál de los siguientes factores considera que es y ha sido parte de su motivación para decidir ser emprendedor?

8. ¿Considera que el programa de gestión empresarial de la UIS ha aportado e influido para su desarrollo como emprendedor?

- Si
- No

Perfil Intraemprendedor(a)

9. ¿Cuál considera que es y ha sido su principal motivación para decidir ser intraemprendedor?

10. ¿Cuál de los siguientes factores considera que es y ha sido parte de su motivación para decidir ser intraemprendedor?

11. ¿Estás interesado en dar el paso de ser intraemprendedor a ser emprendedor?

- Si
- No

12. ¿Qué considera que le aportado el programa de gestión empresarial de la UIS para su desarrollo como intraemprendedor?

- Si
- No