

**CARACTERIZACIÓN DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS
ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE
LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA, PRIMER SEMESTRE DE 2014**

JOSÉ RAFAEL LACERA SCALZO

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS**

2014

**CARACTERIZACIÓN DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS
ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE
LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA, PRIMER SEMESTRE DE 2014**

JOSÉ RAFAEL LACERA SCALZO

Anteproyecto

ASESOR

Elicer Mallorca Capataz

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS**

2014

CONTENIDO

	Pág.
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
2. JUSTIFICACIÓN	21
3. OBJETIVOS.....	23
3.1 GENERAL	23
3.2 ESPECÍFICOS	23
4. MARCO TEÓRICO	24
4.1 ESPÍRITU EMPRESARIAL.....	24
4.2 INNOVACIÓN	25
4.3 DEFINICIÓN DE ‘EMPRENDEDOR’	26
4.4 ACTITUD EMPRENDEDORA.....	29
5. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	34
6. MARCO CONCEPTUAL	38
7. DISEÑO METODOLÓGICO.....	40
7.1 NATURALEZA DEL PROYECTO	40
7.2 TIPO DE ESTUDIO.....	40
7.3 DELIMITACIÓN	40
7.3.1 Delimitación espacial.....	40
7.3.2 Delimitación temporal	41
7.3.3 Población objetivo	41
7.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	41
7.4.1 Técnicas de recolección de datos primaria	41
7.4.2 Técnicas de recolección de datos secundaria.....	41
7.5 CÁLCULO DE LA MUESTRA Y MÉTODO DE MUESTREO	41
7.6 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	42

7.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	42
7.7.1 Variables dependiente.....	42
7.7.2 Variables independientes	43
8. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO	45
8.1 PERSONAL NECESARIO PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO	45
8.2 PRESUPUESTO	45
8.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	46
9. ASPECTOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y DEMOGRÁFICOS.....	47
9.1 PERFIL SOCIAL Y DEMOGRÁFICO	47
9.2 PERFIL ECONÓMICO	53
10. INTENCIÓN EMPRENDEDORA	58
10.1 CREACIÓN DE EMPRESA Y PREFERENCIAS LABORALES	59
10.2 APRECIACIONES SOBRE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA.....	64
10.2.1 Apreciaciones sobre la intención emprendedora según aspectos sociales y demográficos del estudiante	69
10.3 APRECIACIONES SOBRE LA IMAGEN SOCIAL DEL EMPRENDEDOR	74
10.3.1 Apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según aspectos sociales y demográficos del estudiante	77
11. HABILIDADES Y CAPACIDADES DE LOS ESTUDIANTES: EMPRENDIMIENTO, TOMA DE DECISIONES, LIDERAZGO Y RELACIONES HUMANAS	82
11.1.1 Habilidades y capacidades de los estudiantes según aspectos sociales y demográficos del estudiante	85
12. FORMACIÓN, EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA EN CREACIÓN DE EMPRESAS	90
12.1 REALIZACIÓN DE CURSOS RELACIONADO CON EMPRENDIMIENTO	90
12.1.1 Realización de cursos relacionado con emprendimiento según aspectos sociales y demográficos del estudiante s.....	91

12.2 MEJORAMIENTO DE COMPETENCIAS LUEGO DE REALIZAR CURSOS RELACIONADO CON EMPRENDIMIENTO	94
12.2.1 Mejoramiento de competencias luego de realizar curso relacionado con emprendimiento según aspectos sociales y demográficos del estudiante.....	98
12.3 SUGERENCIAS PARA FUTUROS CURSOS DE EMPRENDIMIENTO....	102
13. MOTIVOS Y FRENOS QUE INCIDEN EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS	103
13.1.1 Los motivos	103
13.1.2 Los frenos	110
14. CONCLUSIONES.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	121
15. ANEXOS	127
15.1 ENCUESTA	127

ÍNDICE DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Semestre de los estudiantes.....	47
Gráfica 2. Edad.....	48
Gráfica 3. Sexo.....	49
Gráfica 4. Estado civil.....	49
Gráfica 5. Estrato	50
Gráfica 6. Nivel educativo del padre.....	51
Gráfica 7. Nivel educativo de la madre.....	51
Gráfica 8. Ocupación del padre.....	52
Gráfica 9. Ocupación de la madre.....	52
Gráfica 10. Trabaja además de estudiar	53
Gráfica 11. Tipo de empresa donde trabaja	54
Gráfica 12. Recibe alguna remuneración en la empresa donde trabaja	54
Gráfica 13. Cuantía de la remuneración.....	55
Gráfica 14. Ha pensado en crear una empresa propia.....	59
Gráfica 15. Qué tan atraído está hacia trabajar como asalariado	62
Gráfica 16. Qué tan atraído está hacia trabajar como profesional independiente	63

Gráfica 17. Qué tan atraído está hacia trabajar como empresario.....	63
Gráfica 18. Crear empresa y mantenerla es fácil	64
Gráfica 19. Carrera emprendedora poco atractiva	65
Gráfica 20. Amigos aprueban decisión de crear empresa	65
Gráfica 21. Familia aprobaría decisión de crear una empresa	66
Gráfica 22. Totalmente incapaz de crear una empresa	67
Gráfica 23. Ser empresario me supondría una gran satisfacción	67
Gráfica 24. Muy difícil sacar adelante un proyecto emprendedor	68
Gráfica 25. Ser empresario me reportaría más ventajas que inconvenientes	68
Gráfica 26. Conozco los detalles prácticos necesarios para crear una empresa.....	69
Gráfica 27. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según semestre.....	70
Gráfica 28. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según edad.....	70
Gráfica 29. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según sexo	71
Gráfica 30. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según estado civil	71
Gráfica 31. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según estrato	72

Gráfica 32. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según nivel educativo del padre	72
Gráfica 33. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según nivel educativo de la madre	73
Gráfica 34. La familia valora la profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	74
Gráfica 35. Cultura de mi país es muy favorable hacia la actividad emprendedora.....	75
Gráfica 36. En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	76
Gráfica 37. Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones..	76
Gráfica 38. En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.....	77
Gráfica 39. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según semestre	78
Gráfica 40. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según edad.....	78
Gráfica 41. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según sexo	79
Gráfica 42. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según estado civil	79
Gráfica 43. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según estrato.....	80

Gráfica 44. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según nivel educativo del padre	80
Gráfica 45. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según nivel educativo de la madre	81
Gráfica 46. Valoración de la habilidad o capacidad para seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto o servicio.....	82
Gráfica 47. Valoración de la habilidad o capacidad para negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	83
Gráfica 48. Valoración de la habilidad o capacidad para reconocer el potencial de una idea u oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	83
Gráfica 49. Valoración de la habilidad o capacidad para reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto o empresa.....	84
Gráfica 50. Valoración de la habilidad o capacidad para convencer a un cliente de probar un nuevo producto o iniciativa.....	84
Gráfica 51. Valoración de la habilidad o capacidad para escribir un plan de negocios, de forma clara y completa.....	85
Gráfica 52. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según semestre	86
Gráfica 53. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según edad.....	86
Gráfica 54. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según sexo	87

Gráfica 55. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según estado civil	87
Gráfica 56. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según estrato.....	88
Gráfica 57. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según nivel educativo del padre	89
Gráfica 58. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según nivel educativo de la madre	89
Gráfica 59. Ha realizado cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor	90
Gráfica 60. Mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar el curso	94
Gráfica 61. Generación de conocimiento empresarial luego de realizar el curso.....	95
Gráfica 62. Mejoramiento del conocimiento empresarial luego de realizar el curso.....	95
Gráfica 63. Mejoramiento de capacidades/habilidades necesarias para ser emprendedor luego de realizar el curso.....	95
Gráfica 64. Generado mayor reconocimiento de la figura del emprendedor luego de realizar el curso	96
Gráfica 65. Generado preferencia por ser emprendedor luego de realizar el curso	97
Gráfica 66. Generación de promoción del espíritu emprendedor luego de realizar el curso	97

Gráfica 67. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según semestre.....	98
Gráfica 68. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según edad	99
Gráfica 69. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según sexo	99
Gráfica 70. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según estado civil	100
Gráfica 71. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según estrato	100
Gráfica 72. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según nivel educativo del padre	101
Gráfica 73. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según nivel educativo de la madre.....	101
Gráfica 74. Actividades que considera importantes en los contenidos de un curso de emprendimiento.....	102

Gráfica 75. Valoración respecto a que las recompensas económicas (incrementar ingresos, etc.) constituyen un motivo para crear empresa.....	104
Gráfica 76. Valoración respecto a que la independencia/autonomía (libertad personal, ser tu propio jefe, etc.) constituye un motivo para crear empresa	104
Gráfica 77. Valoración respecto a que las recompensas personales (reconocimiento público, crecimiento personal, probar que soy capaz de hacerlo, etc.) constituyen un motivo para crear empresa	105
Gráfica 78. Valoración respecto a que la seguridad familiar y personal (asegurar mi futuro y el de mi familia, tradición familiar, etc.) constituye un motivo para crear empresa.....	105
Gráfica 79. Valoración respecto a que invertir y conseguir un patrimonio personal constituye un motivo para crear empresa.....	106
Gráfica 80. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según semestre	107
Gráfica 81. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según edad.....	107
Gráfica 82. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según sexo	108
Gráfica 83. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según estado civil.....	108
Gráfica 84. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según estrato.....	109
Gráfica 85. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según nivel educativo del padre	109

Gráfica 86. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según nivel educativo de la madre	110
Gráfica 87. Valoración respecto a que el riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc.) constituye un freno para crear empresa	111
Gráfica 88. Valoración respecto a que el tiempo limitado para otras actividades, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja, etc.) constituyen un freno para crear empresa.....	111
Gráfica 89. Valoración sobre si el desconocimiento de las regulaciones para crear una empresa son un freno para crearla	112
Gráfica 90. Valoración respecto a que el temor a fracasar y quedar en ridículo constituyen un freno	112
Gráfica 91. Valoración respecto a que los reparos financieros o de capital (falta de capital inicial) constituyen un freno para crear empresa	113
Gráfica 92. Valoración respecto a que las cargas fiscales constituyen un freno para crear empresa	113
Gráfica 93. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según semestre	114
Gráfica 94. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según edad.....	115
Gráfica 95. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según sexo.....	115

Gráfica 96. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según estado civil.....	116
Gráfica 97. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según estrato	116
Gráfica 98. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según nivel educativo del padre.....	117
Gráfica 99. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según nivel educativo de la madre	117

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Estadísticos descriptivos relativos a la edad	48
Tabla 2. Estado civil según edad. Porcentajes	50
Tabla 3. Estadísticos descriptivos relativos a la remuneración laboral.....	55
Tabla 4. Estadísticos descriptivos relativos a la remuneración laboral según sexo	56
Tabla 5. Estadísticos descriptivos relativos a la remuneración laboral según semestre	56
Tabla 6. Estadísticos descriptivos relativos a la remuneración laboral según tipo de vivienda donde trabaja	57
Tabla 7. Ha pensado en crear una empresa propia según aspectos sociales y demográficos del estudiante.....	61
Tabla 8. Realización de cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor según aspectos sociales y demográficos de los estudiantes	93

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En tiempos recientes desde el punto de vista teórico y empírico se ha hecho progresivamente creciente el interés en los temas relacionados con la innovación, el emprendimiento y los procesos de aprendizaje que llevan implícitos. De acuerdo a Rosero y Molina¹ este panorama se reconoce “mediante una abundante literatura, y con seguridad se ve fomentado por el nexo que se establece entre tales temas y aspectos del desarrollo regional, nacional e internacional, con incidencia en lo económico, social, comunitario, tecnológico”², en este sentido resulta patente la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor en la sociedad y en la economía actual.

Particularmente para el caso de Colombia se tiene que, desde el punto de vista internacional, los colombianos se han caracterizado por ser creativos y recursivos, según Franco, han “aprovechado muy bien la ‘iniciativa criolla’, [...] y la energía generadora de emprendimiento en Colombia no ha parado y día a día adquiere mayor relevancia”³, hechos que se demuestran en el proceso industrializador que se desarrolló en el país a lo largo del siglo XX en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, en donde jugaron un rol de primer orden los emprendimientos propios de pequeñas y medianas empresas, “que en muchos casos han sido escuela de aprendizaje de empresas de familia,

¹ ROSERO, Óscar y MOLINA, Sandra. Sobre la investigación en emprendimiento. Informes Psicológicos. No. 10, 2008, P 29-39. [Consultado el 18 de enero de 2013, 18:30] disponible en internet: <http://www.upb.edu.co/pls/portal/url/ITEM/76DA1A8B7D6E0FAAE0440003BA8AE9C9>.

² *Ibíd*, P 30.

³ FRANCO CLAVIJO, Juan. Emprendimiento colombiano: potencial creativo para el desarrollo nacional. P 1. [Consultado el 18 de enero de 2013, 18:30] disponible en internet: http://www.sena.edu.co/NR/rdo_nlyres/8035B4DC-BEE5-4874-ACEF-FB8C9F303AC7/0/ART%C3%8DCULOREVISTAUDES.pdf.

algunas de las cuales con el tiempo se volvieron grandes, proceso que adicionalmente se complementó con la instalación de contadas empresas extranjeras”⁴.

A finales del siglo pasado, según el Censo Económico del DANE, en el país existían alrededor de 1 millón de microempresas de menos de 10 trabajadores, que representaban algo más del 97% del total de empresas encuestadas, lo que resulta evidencia de los intentos emprendedores de la población⁵. Además, cabe mencionar que a finales de 2012 el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), destacó a Colombia en el primer lugar entre 54 países en la intención de creación de empresa por parte de la población; iniciativas como el Fondo Emprender, las Redes Regionales de Emprendimiento y el SENA han contribuido a lo anterior⁶.

Ahora bien, resultaría fundamental tanto para el sector público como para el privado, y especialmente para las instituciones que promueven el emprendimiento, conocer los factores que influyen en la decisión de crear una empresa. De acuerdo a algunas investigaciones^{7,8}, no se tienen resultados definitivos ni concluyentes respecto a las variables que inciden en la decisión de emprender, por tanto se tiene un camino abierto para desarrollar investigaciones que intenten contribuir a la cuestión.

⁴ *Ibíd.*

⁵ *Ibíd.*

⁶ DINERO. Colombia, el primero en emprendimiento. [Consultado el 18 de enero de 2013, 18:30] disponible en internet: <http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/colombia-primero-emprendimiento/164404>.

⁷ ESPÍRITU, Roberto y SASTRE, Miguel. La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Cuadernos de Estudios Empresariales. No. 17, 2007, P 95-116. [Consultado el 18 de enero de 2013, 17:00] disponible en internet: <http://revistas.ucm.es/index.php/CESE/articloe/view/CESE0707110095A/9419>.

⁸ RODRÍGUEZ, María José y SANTOS, Francisco Javier. La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. ICE Revista de Economía. Vol. 841, 2008, P 117-132.

Por otro lado se reconoce que los estudios de la actitud emprendedora, desde el punto de vista académico –específicamente universitario–, son escasos y constituyen un campo pobremente estudiado⁹, hechos que resultan en cierta forma paradójicos toda vez que la universidad se considera un actor de primer orden en la generación de conocimientos¹⁰, y a su vez esto redundaría en un potencial desarrollo económico y social para las regiones¹¹.

Lo anterior en el sentido de que “la educación y la formación superior deberían contribuir a impulsar el espíritu empresarial, fomentando una actitud favorable y una mayor sensibilización hacia la profesión de empresario, lo cual redundaría en un mayor número de empresas. De hecho, la nueva concepción del desarrollo económico, basada en aspectos tales como la globalización, la sostenibilidad, los avances tecnológicos, etc., está poniendo de manifiesto la importancia de la acción innovadora y la receptividad de los recursos humanos hacia el aprendizaje, por lo que la facultad de adaptarse estructuralmente y la capacidad de innovar se convierten en elementos fundamentales. A este respecto, la institución universitaria puede representar un papel fundamental a la hora de impulsar la iniciativa emprendedora entre los jóvenes”¹².

⁹ FERNÁNDEZ-LAVIADA, Ana, RUEDA, María y HERRERO, Ángel. Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE. y empresariales de Cantabria. Cantabria, España: Universidad de Cantabria, 2012. [Consultado el 18 de enero de 2013, 17:00] disponible en internet: http://www.aeca.es/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/36f.pdf.

¹⁰ LANGFORD, Cooper. Measuring the Impact of University Research on Innovation. Calgary, Canadá: University of Calgary. [Consultado el 18 de enero de 2013, 17:00] disponible en internet: http://www.thecis.ca/cms3/userfiles/File/0500_Measuring%20Impact%20of%20university%20Research_ISR_N_Langford.pdf?phpMyAdmin=5f03d6cf1f8b7951677093693d4f7d69.

¹¹ CHRISMAN, James, HYNES, Timothy y FRASER, Shelby. Faculty Entrepreneurship and Economic Development: The Case of the University of Calgary. *Journal of Business Venturing*. No. 10, P 267-281.

¹² TOLEDANO, Nuria. Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. En: *Revista de Educación*. 2006, no. 341. P 803-825.

Algunos organismos han promovido el emprendimiento desde la universidad. Tal es el caso de la Unesco con su programa Emprendo, al que se refiere su director indicando que “es muy satisfactorio comprobar que la experiencia de la Universidad en materia de emprendimiento es valorada por los organismos internacionales del prestigio de Unesco, una de cuyas prioridades ha sido siempre la educación. De este modo, la labor de Emprendo en la formación interdisciplinaria de profesionales emprendedores, como la experiencia de CFT Lota Arauco podrán ser adaptadas y desarrolladas en otras latitudes, así como el intercambio de buenas prácticas potenciará la labor que hasta ahora hemos venido desarrollando”¹³. De igual forma en Cartagena, iniciativas como Cemprende¹⁴, y el Centro de Emprendimiento Universitario (CEU)¹⁵ de la Universidad Tecnológica de Bolívar, proporciona todos aquellos servicios requeridos para el desarrollo de iniciativas empresariales que contribuyan al desarrollo económico y social de la región. Tales iniciativas siempre van respaldadas por centros universitarios.

Teniendo en cuenta lo anterior, y que: 1) los emprendedores representan un elemento importante para el progreso socioeconómico de sus regiones, y 2) el estudio de las características de la actitud emprendedora no ha sido suficientemente explorada; juntando estos dos elementos es posible contar con un tema investigativo sumamente interesante, con cuyos resultados se podrían conocer a profundidad maneras de potenciar la creación de empresas y a partir de esto, el crecimiento regional. Particularmente, el trabajo propuesto se centrará en conocer la manera en que está configurada la actitud emprendedora de los

¹³ VALENZUELA, Jeannette. Unesco y Universidad preparan proyecto de emprendimiento para América Latina. [Consultado el 18 de febrero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://www.udec.cl/pa/noramaweb2/2012/01/unesco-y-universidad-preparan-proyecto-de-emprendimiento-pa-ra-america-latina/>.

¹⁴ CEMPRENDE. Introducción. [Consultado el 18 de febrero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://www.ccartagena.org.co/cemprende/>.

¹⁵ CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO. Introducción. [Consultado el 18 de febrero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://www.unitecnologica.edu.co/investigaciones/centro-de-emprendimiento-universitario>.

estudiantes de pregrado del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena. De esta forma es posible formular la siguiente pregunta de investigación.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué características posee la actitud emprendedora en los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena?

La actitud emprendedora se caracteriza a través de:

- La identificación de los aspectos sociales, económicos y demográficos de los estudiantes del programa de Administración de Empresas,
- El análisis de la intención emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas,
- La descripción del conjunto de habilidades y capacidades de los estudiantes, referidas al emprendimiento, toma de decisiones, liderazgo y relaciones humanas.
- La caracterización de la formación, la educación y la experiencia que los estudiantes poseen respecto a la creación de empresas,
- Y la descripción de los motivos que inciden en el estudiante para cree o no cree su propia empresa.

Estos elementos se basan en aquellos propuestos en diversas investigaciones, tales como el estudio de la “Actitud emprendedora y género en el alumnado de la Universidad de Córdoba”¹⁶ en España, o el trabajo de Fernández, Rueda y Herrero¹⁷ donde se estudió la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de una facultad empresarial en la Universidad de Cantabria.

¹⁶ SÁNCHEZ, Sandra. Informe de estudio actitud emprendedora y género en el alumnado de la Universidad de Córdoba. Servicio de Publicaciones. Córdoba: Universidad de Córdoba, 2011.

¹⁷ FERNÁNDEZ, Ana, RUEDA, Ana y HERRERO, Ángel. Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE. y Empresariales de Cantabria. Cantabria: Universidad de Cantabria, 2012.

2. JUSTIFICACIÓN

En el estado actual de la economía resulta evidente el papel fundamental que juegan los emprendedores dentro del desarrollo económico y social de las regiones y los países, a su vez, indagar y explorar en el campo poco estudiado de las actitudes de emprendimiento en los estudiantes universitarios, justifican el presente trabajo en la medida en que constituyen un tema interesante, actual e importante al interior de la temática del emprendimiento y como se ha mencionado, este campo merece mayor exploración.

En este orden de ideas, el presente estudio tiene como finalidad presentar los elementos que caracterizan la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena, así la justificación se encuentra en que se constituirá en un referente técnico, actualizado y confiable, sobre la manera en que se genera el proceso de la creación de empresas desde la perspectiva del sujeto creador, a su vez, esto resulta de enorme **importancia para la academia y la Universidad de Cartagena**, debido a que será un estímulo para desarrollar nuevos estudios que aporten a la comprensión del fenómeno, a la vez que aportará elementos para poder estimular la creación de empresas, a mediano o largo plazo, y poder así mejorar las condiciones de vida y el crecimiento económico en la ciudad y en la región. Es decir, este trabajo es importante **para el desarrollo de la actividad emprendedora** porque servirá de brújula que permita orientar los esfuerzos de las instituciones respectivas, para incentivar la creación de empresa desde el ámbito universitario.

Igualmente es **importante para el autor del trabajo**, en la medida en que será una adecuada oportunidad de poner en práctica los conocimientos, habilidades y destrezas de índole investigativa, aplicadas a proporcionar luces para comprender una situación del mundo real.

En línea con lo anterior, desde la perspectiva académica han sido variados los enfoques que han abordado el fenómeno del emprendimiento y la creación de nuevas empresas. Incluso en años recientes a nivel internacional se ha presentado un interés y una respuesta positiva

creciente en cuanto a los apoyos directos al creador de empresas, dando pasos a medidas que inciden más en promover una actitud positiva de la población hacia la función empresarial, siendo de especial relevancia los factores del entorno que pueden intervenir en tal actitud, es aquí donde el trabajo que se propone realizar cobra especial importancia, pues brindará luces respecto a tales factores.

3. OBJETIVOS

3.1 GENERAL

Caracterizar la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena.

3.2 ESPECÍFICOS

- Identificar los aspectos sociales, económicos y demográficos de los estudiantes del programa de Administración de Empresas.
- Analizar la intención emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas.
- Describir el conjunto de habilidades y capacidades de los estudiantes, referidas al emprendimiento, toma de decisiones, liderazgo y relaciones humanas.
- Caracterizar la formación, la educación y la experiencia que los estudiantes poseen respecto a la creación de empresas.
- Describir los motivos que inciden en el estudiante para cree o no cree su propia empresa.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 ESPÍRITU EMPRESARIAL

El espíritu empresarial puede entenderse como una capacidad, cualidad o habilidad para concebir y hacer realidad una oportunidad de negocio. Teóricamente algunas definiciones hacen énfasis en alguna cualidad o habilidad específica, por ejemplo, las personales, sociales o directivas¹⁸. En el mismo sentido, se puede señalar que el espíritu empresarial es una manera pensar, razonar y actuar, relacionada con la búsqueda de una oportunidad de negocio, lo cual deviene en la creación, mejora, realización y renovación de valor en el sentido amplio del término, es decir, no solo valor económico, sino también valor social, y no solamente para sus propietarios (emprendedores o empresarios), sino también para todos los grupos de interés vinculados con ellos (empleados, clientes, proveedores, etc.)¹⁹.

Estos planteamientos permiten afirmar que lo esencial dentro del concepto de espíritu empresarial corresponde a cierto proceso continuo de búsqueda y reconocimiento de oportunidades de negocio, además de la intención de actuar de tal forma que permita aprovechar estas eventuales oportunidades. Con esto, el espíritu empresarial corresponde a una actitud en la que se refleja la motivación y la capacidad de las personas a la hora de identificar, perseguir y explotar una oportunidad de negocio para obtener algún producto o servicio, y que al mismo tiempo, proporciona valor añadido en relación con los productos o servicios existentes²⁰.

Se ha documentado, desde la perspectiva teórica, que los principales beneficios y oportunidades que reporta el hecho de perseguir y explotar una oportunidad de negocio son

¹⁸ URBANO, David y TOLEDANO, Nuria. Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas. Barcelona: UOC, 2008.

¹⁹ *Ibíd.*

²⁰ *Ibíd.*

los que se mencionan a continuación: 1) el emprendedor puede tener control de su propio destino, en la medida en que pueden manejar sus recursos para obtener beneficios propios; 2) se hace la diferencia llevando a cabo actividades que causen impacto en áreas que sean de interés; 3) el emprendedor desarrolla su potencial, ya que al poseer un negocio propio se pueden utilizar habilidades y aptitudes con determinación propia; 4) es posible obtener amplios beneficios, en la medida en que, aunque el dinero no sea lo primordial, es de gran importancia para el crecimiento del negocio; 5) se contribuye a la sociedad, y es posible que ella reconozca el esfuerzo, logrando un impacto significativo en la comunidad; y 6) el emprendedor puede disfrutar eligiendo un negocio propio y que sea desempeñado con satisfacción²¹.

En lo que respecta a la forma de poner en práctica lo mencionado anteriormente, existen una serie de destrezas que lo posibilitan, estas corresponden a: 1) destrezas para planificar, organizar, analizar, comunicar, hacer, informar, evaluar y registrar; 2) destrezas para el desarrollo e implementación de proyectos; 3) habilidad para trabajar de forma cooperativa y flexible como parte de un equipo; 4) ser capaces de identificar las virtudes (o puntos fuertes) y debilidades de uno mismo; 5) habilidad para actuar con decisión y responder de forma positiva ante los cambios; y 6) habilidad para evaluar los riesgos y asumirlos de la forma y en el momento necesario²².

4.2 INNOVACIÓN

Desde la innovación se considera como una herramienta que permite a los emprendedores transformar todos los recursos con el único objetivo de generar algún bien o una riqueza, o bien para plantear una solución a alguna situación que se presente. Una razón por la que los

²¹ CANCELA, Elaine y GASCA, Reyna. Fomento de la actividad emprendedora por el Programa Impulsa. Casos: GAM, INNOVEM y PROCAMIX de Puebla. Cholula: Universidad de las Américas Puebla, 2006.

²² MARINA, José. La competencia de emprender. En: Revista de Educación. 2010, no. 351. p 49-71.

emprendedores buscan desarrollar ideas innovadoras es que a través de éste las empresas podrán lograr una gran diferenciación contra sus competidores.

El desarrollo de la innovación dentro de las empresas depende de la tecnología y los procesos de producción que utilizan, los cuales están asociados con una mejor utilización de recursos con tareas de alta calidad y alta productividad, por tal motivo aquellas empresas que utilizan procesos y tecnologías innovadoras podrán ofrecer productos de mayor calidad a menores costos, sin embargo seguirán teniendo un potencial de crecimiento²³.

4.3 DEFINICIÓN DE ‘EMPRENDEDOR’

En los siguientes párrafos se presentan algunas de las definiciones más difundidas en respecto a la figura del emprendedor, que resultarán útiles para el desarrollo del presente estudio. En primer lugar, se tiene que un emprendedor es la persona que crea un negocio, y que enfrenta el riesgo e incertidumbre con el propósito de alcanzar beneficios y crecimiento a través de la identificación de las oportunidades y la unión de recursos necesarios para capitalizar en ellos²⁴.

Así mismo, un emprendedor corresponde a aquel individuo que localiza una nueva oportunidad y que está mentalizado a actuar sobre ella y empezar algo. En general, se consideran personas que demuestran iniciativa, creatividad y flexibilidad, además, son independientes y suelen afrontar riesgos²⁵.

²³ CANCELA, Elaine y GASCA, Reyna. Fomento de la Actividad Emprendedora por el Programa Impulsa. Casos: GAM, INNOVEM y PROCAMIX. Puebla: Universidad de las Américas Puebla, 2006.

²⁴ SCARBOROUGH, Norman y ZIMMERER, Thomas. Effective small business management: an entrepreneurial approach. New York: Pearson, 2000.

²⁵ THOMPSON, John. The World of the entrepreneur: a new perspective. En: Journal of Workplace Learning: Employee Counseling Today. 1999, vol. 11, no. 6. p 209-224.

Ahora bien, se considera que no solamente las características de los emprendedores son explicativas de su comportamiento, antes bien, la posesión de un conjunto de características denominadas ‘óptimas’, tienen implicaciones en el éxito derivado de la puesta en marcha de una empresa. Así, cuanto menor es la adecuación de las características del empresario a estas últimas, peores son los resultados que se pueden obtener²⁶. En este orden de ideas, para comprender la manera en que el empresario desarrolla su actividad, se deben analizar tanto las características adquiridas, como las psicosociológicas; esto se hace a continuación.

Por *características adquiridas* se entiende la experiencia obtenida del período de tiempo en el cual se ha desarrollado el trabajo, y la formación recibida sobre la materia, que hacen que el empresario tenga un determinado patrón de comportamiento²⁷. Dentro de las *características psicosociológicas* se encuentran:

- La *aptitud intelectual*. El empresario no solamente posee conocimientos, sino que los debe materializar siguiendo el método científico. Para desarrollar este proceso, el empresario se apoya en su capacidad racional, es decir, en su habilidad para establecer razonamientos lógicos y ordenarlos de manera adecuada con el fin de resolver problemas.
- Las *características interpersonales*. Se refieren a aquellas que explican la conducta del empresario, a su vez, son clasificables en 1) motivaciones, y 2) rasgos propios de la personalidad.
- Las *características sociales*. Se refieren al empresario en relación con los otros. Dentro de estas se encuentran: 1) el poder personal y social (en tanto es cabeza visible y líder de una entidad), 2) la capacidad para motivar (fundamental para que la empresa sea eficiente y cumpla sus objetivos), y 3) el estilo social.

²⁶ MUÑOZ, Rosa y SÁNCHEZ, Jesús. El empresario: tipología, estilo social, estilo de decisión y estilo de dirección. Revisión de la literatura y estudio de un caso. En: Revista de Economía y Empresa. 2004, vol. 21, no. 50. p 121-138.

²⁷ *Ibíd.*

Por otro lado, es claro que el comportamiento de los empresarios ha sido objeto de clasificación a lo largo del tiempo, y que estas varían en función de los criterios para elaborarlas y de los objetivos perseguidos. Particularmente, para este trabajo, se considerará el ordenamiento propuesto por Lafuente, Salas y Pérez²⁸, quienes consideran que los empresarios se clasifican en artesanales, oportunistas, familiares y manager:

- *Empresario artesanal.* Las aspiraciones del empresario se relacionan en gran medida con la naturaleza del trabajo, antes que con los resultados, buscando en todo momento la autorrealización, el logro de poder y el nivel de vida adecuado.
- *Empresario oportunista.* Este tipo de empresario se caracteriza por contar con un mayor nivel educativo respecto al empresario artesanal. Se orienta por el largo plazo, posee un carácter innovador, y está preparado para afrontar los cambios que se generan en un entorno cambiante.
- *Empresario familiar.* Dentro de sus objetivos se destaca lograr bienestar para su familia, así como la seguridad que le genera el trabajo en su vida.
- *Empresario manager.* Lo motiva el deseo de poder, por otro lado, se interesa, tanto en el desarrollo de labores directivas, como por lograr seguridad en su trabajo²⁹.

Sobre la figura del emprendedor Brunet y Alarcón³⁰ señalan que constituyen un factor de crecimiento económico y un exponente esencial del capital humano de toda sociedad. Así pues demarcan que la perspectiva individual ha implicado un movimiento que, en base a algunos rasgos de personalidad y a los antecedentes individuales, consolida la definición de empresario como lo siguiente.

- Es un individuo cuyo objetivo es ganar dinero.

²⁸ LAFUENTE, A., SALAS, V., y PÉREZ, R. Tipos de empresarios y de empresa. El caso de nueve empresas españolas. En: Economía Industrial. Noviembre-diciembre, 1985. p 139-151.

²⁹ MUÑOZ y SÁNCHEZ, Op. Cit.

³⁰ BRUNET, Ignasi y ALARCÓN, Amado. Teorías sobre la figura del emprendedor. En: Papers. 2004, no. 73. p 81-103.

- Que organiza y dirige la combinación de factores productivos para obtener un producto para venderlo en el mercado.
- Que es confiado y aventurero, al asumir el riesgo asegurando una renta al indeciso o tímido.
- Que es altamente innovador. Es en torno a esta última característica como la vieja percepción del empresario como explotador de los trabajadores para su propio beneficio se ha modificado, siendo percibido, básicamente, como alguien activo, atrevido, audaz, decidido, resuelto. Connotaciones positivas que destacan la naturaleza emprendedora del empresario, hasta el punto de que hoy se le considera como un emprendedor, como el agente capitán de la industria que, orientado al cambio y al crecimiento, lleva al desarrollo de la economía. Desde esta perspectiva, el empresario participa con vehemencia en la destrucción creativa, al propiciar nuevas oportunidades y romper con el *statu quo* subyacente. El empresario busca, por su capacidad innovadora, hacer las cosas de una manera nueva y mejor³¹.

4.4 ACTITUD EMPRENDEDORA

Una actitud se define como aquella predisposición a responder de manera favorable o no hacia un determinado objeto, el cual puede ser una persona, un lugar, un evento, una actividad o un concepto mental. En el mismo orden de ideas, una actitud se refiere al grado en que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable de la conducta en cuestión. El factor denominado norma subjetiva, que se refiere a la presión social percibida para llevar a cabo cierta conducta. Existe acuerdo en que las actitudes se desarrollan razonablemente a partir de las creencias que la gente tiene acerca del objetivo de una

³¹ *Ibíd.*

actitud, y en consecuencia, estas son las que realmente determinan el hecho de ser o no emprendedor³².

En la actualidad existen en la literatura teórica diversos modelos que permiten comprender la forma en que un individuo escoge entre formar una empresa o emplearse en una ya existente. En la presente investigación se adopta el modelo de Shapero³³, el cual considera que la intención de emprender es un acontecimiento explicable por la interacción de varios factores, como las experiencias emprendedoras que se han tenido (con un carácter positivo), las capacidades, la autonomía y el riesgo. De acuerdo con este modelo, la elección personal para iniciar una empresa depende de tres elementos: la percepción de deseabilidad, la percepción de viabilidad y la propensión a actuar³⁴.

Para fines prácticos en este estudio se hace una adaptación del modelo mencionado, con base en Fernández, Rueda y Herrero³⁵, quienes parten de considerar que la actitud o intención hacia la creación de empresas, y en particular dentro del segmento de los estudiantes universitarios, viene determinada por ocho categorías, las cuales se enuncian a continuación.

³² ESPÍRITU, Roberto y MORENO, Hugo. La influencia de los rasgos de personalidad riesgo, control interno y necesidad de logro en la intención emprendedora: un estudio empírico con estudiantes universitarios. XV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. México D.F.: UNAM, 2010.

³³ SHAPERO, Albert. Social dimensions of entrepreneurship. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982.

³⁴ OLMOS, Espíritu. Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2011.

³⁵ FERNÁNDEZ, Ana, RUEDA, Ana y HERRERO, Ángel. Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE. y Empresariales de Cantabria. Cantabria: Universidad de Cantabria, 2012.

- 1) *Atracción hacia profesiones*. Considerando el grado de atracción que muestra el estudiante hacia el trabajo asalariado o el emprendimiento (trabajo independiente)³⁶. Esto teniendo en cuenta todas las ventajas y desventajas (económicas, personales, reconocimiento social, seguridad laboral, etc.) que ello conlleva³⁷.
- 2) *Valoración social del emprendedor*. Esta categoría considera el concepto que se tiene del emprendedor dentro de la familia, los compañeros y la cultura general del país del encuestado^{38, 39}.
- 3) *Habilidades específicas para emprender*. Comprende lo referente al grado de confianza que cree tener el estudiante para desarrollar una serie de habilidades o capacidades tales como negociación con proveedores, conocimientos de mercadotecnia, selección de personal o diseño de un plan de negocios, entre otros⁴⁰.
- 4) *Formación y experiencia*. Este ámbito se refiere al nivel de estudios y titulación en la que se encuentra el estudiante, su experiencia laboral, su posible relación con el autoempleo, así como su serio convencimiento de crear una empresa propia⁴¹.

³⁶ LIÑÁN, Francisco, BATTISTELLI, Adalgisa y MORIANO, Juan. *Entrepreneurial intentions in Europe*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2008.

³⁷ GUERRERO, Maribel y URBANO, David. *Entrepreneurial Universities: The case of Autonomous University of Barcelona*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.

³⁸ LIÑÁN, Francisco, URBANO, David y GUERRERO, Maribel. *Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain*. En: *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*. 2011, vol. 23, no. 3-4. p. nd.

³⁹ GUERRERO y URBANO, Op. Cit.

⁴⁰ LUCAS, William, COOPER, Sarah, WARD, Tony y CAVE, Frank. *Industry placement, authentic experience and the development of venturing and technology self-efficacy*. En: *Technovation*. 2009, vol. 29, no. 11. p 738-752.

⁴¹ LIÑÁN, URBANO y GUERRERO, Op. Cit.

- 5) *Motivos y frenos para la creación de una empresa propia.* Algunos de los motivos que pueden favorecer la creación de empresas corresponden a: recompensas económicas, la independencia personal, la seguridad personal o familiar, el reconocimiento o la necesidad de inversión de un patrimonio personal. En lo que respecta a los frenos, se ha encontrado que los que más podrían determinar la creación de empresas son: el riesgo económico, las necesidades de capital inicial, las cargas fiscales, la falta de tiempo para la realización de otras actividades, la falta de conocimientos para poner en marcha una empresa o el temor al fracaso⁴².
- 6) *Contactos empresariales.* Este ámbito engloba los posibles contactos que los alumnos pueden tener dentro de la familia, amigos, jefes, profesores, entre otros, así como la percepción que de ellos tienen como emprendedores de éxito.
- 7) *Educación en el espíritu emprendedor.* Se refiere la formación que eventualmente ha tenido el estudiante en cursos, talleres, etc., relacionados con la creación de empresas⁴³.
- 8) *Características sociales, demográficas y económicas.* Este ámbito se refiere a las características individuales y familiares de cada estudiante que permiten contextualizarlo, se entienden además, como variables fijas no susceptibles de ser modificadas fácilmente y su medición sirve para verificar ciertos efectos en el comportamiento del individuo. Las variables más relevantes en este sentido corresponden a: edad, sexo, contexto familiar, experiencia laboral.

Al respecto y de acuerdo a Olmos⁴⁴, se considera que los jóvenes son individuos que “carecen de cargas familiares y poseen el vigor y la energía propia de su edad, lo que favorece el comportamiento orientado hacia la creación de empresas.

⁴² *Ibíd.*

⁴³ FERNÁNDEZ, RUEDA y HERRERO, Op. Cit.

⁴⁴ OLMOS, Op. Cit., p 52.

También se ha mencionado que, los individuos de mayor edad se ven mermados en sus capacidades o puedan estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos”. Por otro lado, en lo que concierne al género, se ha encontrado que el hecho de ser mujer incide en la creación de emprendimientos, en la medida en que este grupo a lo largo del tiempo, aunque recientemente en menor medida, ha enfrentado barreras al acceso a puestos de trabajo asalariado, por tanto, algunas se han visto en la obligación ser autoempleadas.

En general, con estas variables se pretende conocer aspectos propios e individuales de los estudiantes, así como del contexto donde se ha desarrollado su vida, con el fin de determinar en qué medida inciden en la actitud emprendedora.

5. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En esta sección del documento se muestran los hallazgos investigativos en torno a los estudios que han llevado a cabo diversos autores, tanto a nivel internacional, como nacional. Estos se analizaron teniendo en cuenta básicamente la metodología empleada, el problema abordado y el alcance de sus resultados. Cabe mencionar que, para Colombia, y aún más, para Cartagena, son prácticamente nulos los trabajos sobre actitudes emprendedoras en egresados universitarios.

En el caso de España, en el trabajo de Fernández-Laviada, Rueda y Herrero⁴⁵ se presenta un estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria (2010-2011). Los aportes de estos autores se sustentaron en una metodología cuantitativa que permitió caracterizar y analizar diversos aspectos relativos a la percepción que tienen de sus habilidades, formación y capacidad para la creación de una empresa, su experiencia, la percepción de la figura del emprendedor, así como sus posibles contactos con el mundo empresarial, siendo estos algunos de los elementos que según la literatura existente influyen en el espíritu emprendedor.

Espíritu y Sastre⁴⁶ analizan el papel de las universidades como instituciones que actúan como incubadoras de ideas de negocio, si efectivamente llevan a cabo este rol en la sociedad, y si están incentivando la actitud emprendedora entre sus estudiantes, por medio de la organización y adecuación de sus planes de estudio. El trabajo se llevó a cabo mediante una metodología de corte empírico, aplicada sobre una muestra de estudiantes de una universidad de Madrid, siendo si alcance limitado a este centro educativo, aunque algunas conclusiones pueden ser consideradas como aporte y guías para la presente investigación.

⁴⁵ FERNÁNDEZ, RUEDA y HERRERO, Op. Cit.

⁴⁶ ESPÍRITU y SASTRE, Op. Cit.

Los resultados sugieren que es necesaria mayor investigación en torno a la influencia de las características individuales sobre la actitud de emprendimiento y creación de empresa. Por otro lado se detectó que en los primeros años de estudios, la actitud emprendedora de los alumnos declina, hasta que llega el “momento de su incorporación al mercado laboral. Todo parece indicar que los conocimientos aportados incrementan sus competencias de gestión pero les orientan hacia salidas laborales más conservadoras, como son el trabajo por cuenta ajena, y no les motivan hacia el autoempleo”⁴⁷.

Entre tanto, Espíritu y Moreno⁴⁸ tienen como problema investigativo analizar la influencia de los rasgos psicológicos de la personalidad afines al riesgo, control interno y necesidad de logro, con respecto a la intención emprendedora de un grupo de estudiantes universitarios de un centro educativo mexicano. De acuerdo al alcance del estudio, los autores manifiestan que detectaron evidencia sobre la influencia significativa y positiva de los rasgos psicológicos de personalidad riesgo, control interno y necesidad de logro en la actitud emprendedora de los estudiantes; en contraste, las variables sociales y demográficas (edad, familiares empresarios, experiencia y estar matriculado en determinado programa), no tuvo influencia significativa.

Krauss⁴⁹ elabora un estudio donde profundiza la problemática en torno al papel que la educación tiene, y en especial la de tipo universitario, en las capacidades, las habilidades y el deseo de emprender, de parte de los estudiantes. Para ello siguió una metodología

⁴⁷ Ibíd, P 113.

⁴⁸ ESPÍRITU, Roberto y MORENO, Hugo. La influencia de los rasgos de personalidad riesgo, control interno y necesidad de logro en la intención emprendedora: un estudio empírico con estudiantes universitarios. XV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. [Consultado el 18 de enero de 2013, 17:00] disponible en internet: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/ponencias/7.pdf>.

⁴⁹ KRAUSS, Catherine. ¿Cómo fomentar las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios? [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: http://www.cladea.org/red_emprendimiento/media/documento/CKrauss-%2009-%20Concurso%20de%20Ideas%20y%20Planes%20de%20Negocios.pdf.

cuantitativa con algunas matizaciones cualitativas, lo cual le permitió considerar que para las universidades el hecho de formarlos se podría considerar una obligación, entendiéndola como motor de desarrollo. Al momento en que asuman esta obligación, harán posible que la enseñanza del emprendedurismo produzca mayor creación y mejor crecimiento de empresas, traduciéndose en un importante progreso regional. Así mismo, y en línea con Brockhaus, Hills, Klandt y Welsh⁵⁰ y Hartshorn y Hannon⁵¹, la autora plantea que la mejor manera de enseñar las actitudes emprendedoras es a través de la realización del aprendizaje en forma activa, con lo cual los educandos aprenden por la propia experiencia, la viven, la reconocen y la evalúan.

Por otro lado, en la investigación de Díaz, Coria y González⁵² se analizan las actitudes y aptitudes de estudiantes de administración respecto a su conducta emprendedora y sus valoraciones sobre el desarrollo de la conducta emprendedora en la formación de la carrera. La metodología se basó en un estudio empírico mediante entrevistas semiestructuradas, con estos elementos se pudo determinar que en esta carrera se intenta formar un administrador capaz de planificar, organizar, dirigir y controlar actividades, recursos y situaciones; crear estrategias para la solución de los problemas científicos y técnicos que se presentan en las organizaciones, con el fin de alcanzar niveles de excelencia con visión de futuro y bajo nuevos enfoques de progreso y mejoramiento permanente.

⁵⁰ BROCKHAUS, Robert, HILLS, Gerald, KLANDT, Heiz, WELSH, Harold. *Entrepreneurship Education. A global view*. Ashgate: Aldershot, 2001.

⁵¹ HARTSHORN, Christina y HANNON, Paul. Paradoxes in entrepreneurship education: chalk and talk or chalk and cheese?: A case approach. En: *Education + Training*. 2005, vol. 47, no. 8/9. p. 616-627.

⁵² DÍAZ, María, CORIA, Nelva y GONZÁLEZ, Silvia. El desarrollo del emprendedorismo en estudiantes universitarios. Un estudio en la Licenciatura en Administración de la UNSE. [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: http://fhu.unse.edu.ar/carreras/rcifra/c4/2-diaz_coria_corral.pdf.

Espíritu⁵³ en su estudio determina la importancia que tienen los rasgos psicológicos de personalidad, riesgo, necesidad de logro, locus de control interno y propensión al riesgo en la intención emprendedora de estudiantes universitarios. De igual forma considera la influencia de las características sociodemográficas, edad, género, experiencia previa, familiares empresarios y formación. El alcance del estudio se circunscribe a tres hipótesis relacionadas con los rasgos de personalidad (necesidad de logro, locus de control interno y propensión al riesgo), encuentra una alta relación positiva y significativa entre estos y la intención de crear su propia empresa por parte de los estudiantes.

Desde un abordaje metodológicamente cualitativo, Benavides, Sánchez y Luna⁵⁴ realizaron una aproximación al proceso de aprendizaje de los emprendedores dentro de un contexto universitario. Analizaron las consideraciones de estudiantes universitarios, emprendedores, profesores universitarios e instituciones que apoyan la creación de empresas, desde un alcance psicológico, sociocultural y gerencial. Los hallazgos sugieren que es fundamental que la universidad no se restrinja a la mera transmisión de contenidos docentes y que entienda que puede y debe asumir un rol más protagónico en este sentido.

⁵³ ESPÍRITU, Roberto. Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. En: Multiciencias. 2011, vol. 11, no. 1. p 65-75.

⁵⁴ BENAVIDES, María, SÁNCHEZ, María y LUNA, Roberto. El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. En: Dirección y organización: Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas. 2004, no. 30. p 34-48.

6. MARCO CONCEPTUAL

Actitud: Predisposición aprendida para responder positiva o negativamente ante un objeto, situación, institución o persona en particular. Esta está conformada por componentes del orden cognoscitivo (conocimientos), afectivo (emocional y motivacional) y de desempeño (conductual o de acción)⁵⁵.

Emprendimiento: Capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. Por lo tanto, la acepción que se tomó es la que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va mas allá, que le permite dar un paso más⁵⁶.

Emprendedor: Individuo u organización que ejerce una actividad emprendedora.

Empresa: Una empresa es una unidad integrada cuyos componentes de manera coordinada hacen uso de distintos recursos para lograr uno o varios objetivos. Es un sistema que en interacción con su entorno y con la combinación del trabajo y el uso recursos persigue beneficios económicos⁵⁷.

Espíritu emprendedor: Capacidad y técnica de actuar de manera emprendedora, esto es, de crear cosas nuevas.

⁵⁵ AIKEN, Lewis. Test psicológicos y evaluación. México D.F.: Pearson, 2003.

⁵⁶ JARAMILLO, Leonor. Emprendimiento: Concepto básico en competencias. [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>.

⁵⁷ EMPRENDIMIENTOUDI. Definición y tipos de empresa. [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://emprendimentoudi.wikispaces.com/file/view/Tipos+de+Empresas.pdf>.

Innovar: Explotar una oportunidad que otros no perciben, ya sea creando algo inexistente o transformando algo que da como resultado un valor agregado.

Programa emprendedor: Programa académico de grado o extracurricular que normalmente realizan las instituciones educativas para el desarrollo del potencial emprendedor.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

La naturaleza del estudio será de tipo cuali-cuantitativa, debido a que por un lado, se hará una aproximación no numérica de forma no estructurada, para conocer el modo de vida y de actuar de la población objetivo en el marco de su cultura y prácticas cotidianas; por otro lado, se recolectará otra información que será susceptible de aplicársele mediciones numéricas, así como análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento, a la vez que, mediante acercamientos no estructurados, mediante⁵⁸.

7.2 TIPO DE ESTUDIO

Con relación al tipo de estudio, el presente trabajo se cataloga como *descriptivo*, debido a que no se interviene o manipula el factor de estudio, es decir se observa lo que ocurre con el fenómeno en condiciones naturales, en la realidad. En los estudios descriptivos se intenta conocer, caracterizar y aportar información sobre una población y el fenómeno que experimenta, que en este caso corresponde a la actitud emprendedora de los estudiantes de un programa académico⁵⁹.

7.3 DELIMITACIÓN

7.3.1 Delimitación espacial

Ciudad de Cartagena, específicamente el Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena, que funciona en el barrio Piedra de Bolívar de esta ciudad.

⁵⁸ HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. Metodología de la investigación. 4 ed. México D.F.: McGraw Hill, 2006.

⁵⁹ GARCÍA, Julia. Estudios descriptivos. En: Nure Investigación. 2007, no. 7. p. 1-3.

7.3.2 Delimitación temporal

Primer semestre de 2014⁶⁰.

7.3.3 Población objetivo

Comprende 827 estudiantes matriculados en el Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena⁶¹.

7.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

7.4.1 Técnicas de recolección de datos primaria

La información de carácter primario provendrá de una serie de encuestas aplicadas a la población objeto de estudio, que luego se tabulará y se procesará.

7.4.2 Técnicas de recolección de datos secundaria

Por otro lado, la información secundaria se obtendrá de artículos, informes, libros, entre otros, relacionados con la temática que se trabajará.

7.5 CÁLCULO DE LA MUESTRA Y MÉTODO DE MUESTREO

Para el cálculo de la muestra se emplea la siguiente fórmula, en donde N es el tamaño de la población, que para este caso es de 827 estudiantes; n es el tamaño de la muestra, Z es el valor por debajo de la curva normal asociado a un determinado nivel de confianza, que para la presente investigación se definió en 95%, por ello Z será de 1,96. Los valores de p y q

⁶⁰ Se escogió el primer semestre de 2014 porque *en este período es cuando se aplicarán las encuestas a los estudiantes*. Es imposible efectuar el estudio referido a un período de tiempo anterior a éste porque no se cuenta con registros de información referente al objeto de estudio.

⁶¹ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Sistema Nacional de Información de Educación Superior (SNIES) [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-212400.html>.

corresponden respectivamente, al porcentaje de éxito y fracaso en la muestra, y se toman cada uno del 50% para obtener la muestra más grande permisible. El término i es el error que se prevé cometer en el cálculo de cualquier parámetro con base en la información muestra, para este caso será de 7%.

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{Npq}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$
$$159 = 1,96^2 \frac{827 * 0,5 * 0,5}{0,07^2(827 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

Según lo anterior la muestra es de 159 estudiantes, que se distribuirán siguiendo el método de muestreo aleatorio simple de acuerdo a la cantidad de semestres, que en este caso van del 1 al 10.

7.6 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información será digitada y procesada en Microsoft Excel y el programa SPSS. Con ambos se llevarán a cabo los cálculos estadísticos necesarios, se elaborarán las tablas y se diseñarán las gráficas que permitirán visualizar de mejor modo los hallazgos a los que haya lugar.

7.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Son diversas las variables que se consideran en la investigación, ante esto se agruparan en diversos segmentos de acuerdo a su afinidad, estos grupos y las respectivas variables corresponden a lo siguiente:

7.7.1 Variables dependiente

Actitud emprendedora

7.7.2 Variables independientes

7.7.2.1 Determinantes de la actitud emprendedora

- Atracción hacia profesiones
- Valoración social del emprendedor
- Habilidades específicas para emprender
- Formación y experiencia
- Motivos y frenos para la creación de una empresa propia
- Contactos empresariales
- Educación en el espíritu emprendedor

7.7.2.2 Variables sociales, económicas y demográficas

- Edad
- Género (masculino, femenino)
- Estado civil (casado, unión libre, soltero, separado, viudo)
- Estrato de la vivienda
- Estudiar y trabajar
- Semestre
- Tipo de empresa en la que trabaja (propia, familiar, del gobierno, del sector privado diferente a familiar o propia)
- Monto de remuneración
- Nivel educativo del padre (sin formación educativa, primaria, bachillerato, tecnólogo o técnico, universitario, posgrado)
- Nivel educativo de la madre (sin formación educativa, primaria, bachillerato, tecnólogo o técnico, universitario, posgrado)
- Ocupación del padre (trabajador independiente, empleado particular, empleado del gobierno, ama de casa, patrón o empleador, jornalero o peón, empleado doméstico, otro)

- Ocupación de la madre (trabajadora independiente, empleada particular, empleada del gobierno, ama de casa, patrona o empleadora, jornalera o peona, empleada doméstica, otro)

8. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

8.1 PERSONAL NECESARIO PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

Investigador principal: José Rafael Lacera Scalzo

Jurados o pares evaluadores: anónimos

8.2 PRESUPUESTO

ÍTEMS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Equipos de cómputo e internet			\$ 1.840.000
Computadores	1	\$ 1.456.000	\$ 1.456.000
Servicio de internet	3	\$ 70.000	\$ 210.000
Impresora	1	\$ 174.000	\$ 174.000
Transporte y refrigerios			\$ 190.000
Transporte	20	\$ 5.000	\$ 100.000
Refrigerios	10	\$ 9.000	\$ 90.000
Impresiones y fotocopias			\$ 55.000
Cartucho de tinta	1	\$ 25.000	\$ 25.000
Fotocopias	200	\$ 100	\$ 20.000
Resma de papel	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Subtotal			\$ 2.085.000
Gastos inesperados (10%)			\$ 208.500
TOTAL			\$ 2.293.500

8.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Elaboración y presentación de la propuesta																																												
Aprobación de la propuesta																																												
Elaboración y presentación del anteproyecto																																												
Aprobación del proyecto																																												
Aplicación de las encuestas																																												
Digitación de las encuestas																																												
Análisis de la información																																												
Redacción del documento final																																												
Entrega del documento final																																												

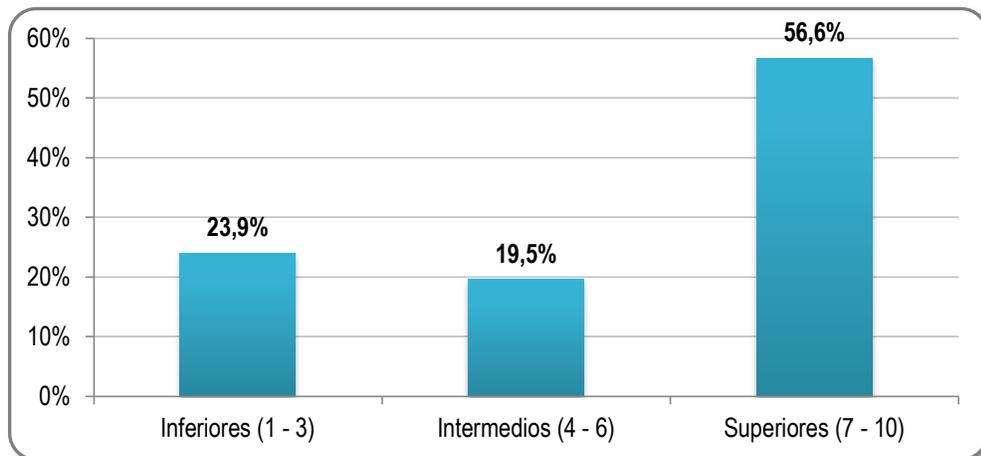
9. ASPECTOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y DEMOGRÁFICOS

Esta primera parte del trabajo contiene la identificación de los aspectos sociales, económicos y demográficos que presentan los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena, luego de que fueran entrevistados por medio de las encuestas aplicadas, las cuales, una vez digitadas sus resultados fueron representados por medio de gráficas, de tal suerte que se lograra una interpretación más intuitiva; estas se presentan y analizan a continuación a través de dos sub-secciones: una, en la que se pretendió definir un perfil social y demográfico de los estudiantes, y otra en la cual se construyera un perfil económico.

9.1 PERFIL SOCIAL Y DEMOGRÁFICO

Los hallazgos obtenidos con la investigación permiten afirmar que los estudiantes con mayor participación fueron aquellos de los semestres superiores, con el 56,6%, en contraste, los demás participaron en menor medida, con 23,9% y 19,5%, correspondiendo respectivamente a los semestres inferiores e intermedios.

Gráfica 1. Semestre de los estudiantes



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La edad de los estudiantes del programa de Administración de Empresas, en promedio fue de 23,9 años. El valor del más joven fue de 17 años, y el del mayor se ubicó en 39 años, tal como aparece en la Tabla 1.

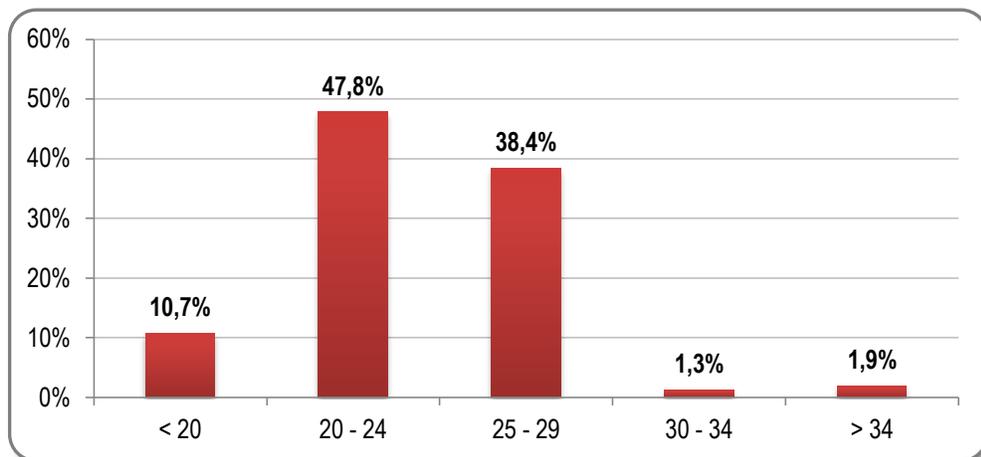
Tabla 1. Estadísticos descriptivos relativos a la edad

Estadístico	Valor o cantidad
Media	23,9
Mediana	24,0
Desviación estándar	3,4
Mínimo	17,0
Máximo	39,0

Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Así mismo, la edad se presenta en la Gráfica 2, pero esta vez a manera de distribución de frecuencias. Se aprecia que la mayor concentración se dio en el rango que va de 20 – 24 años, donde se encontró el 47,8% de los individuos, seguido de cerca por aquellos en el rango de 25 – 29 años, con 38,4%.

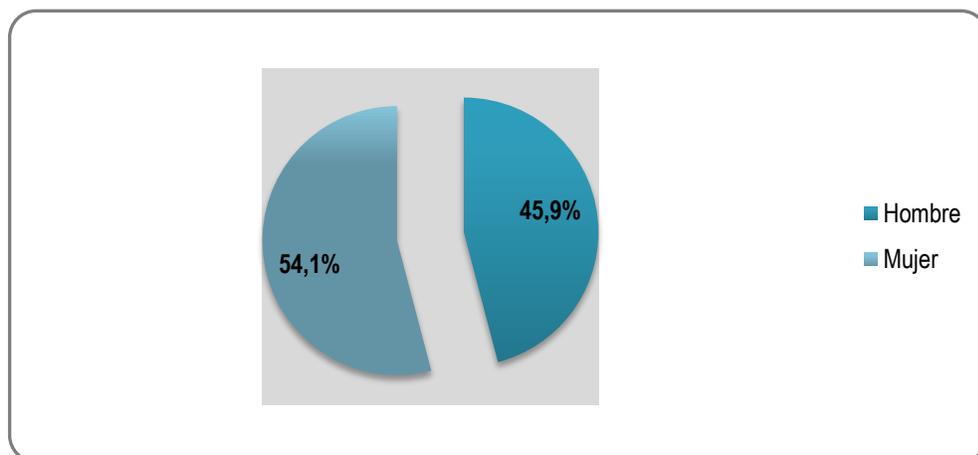
Gráfica 2. Edad



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

En cuanto al sexo, la Gráfica 3 indica que las mujeres tuvieron una participación levemente superior que la de los hombres, alcanzando el 54,1% frente a un 45,9%, respectivamente.

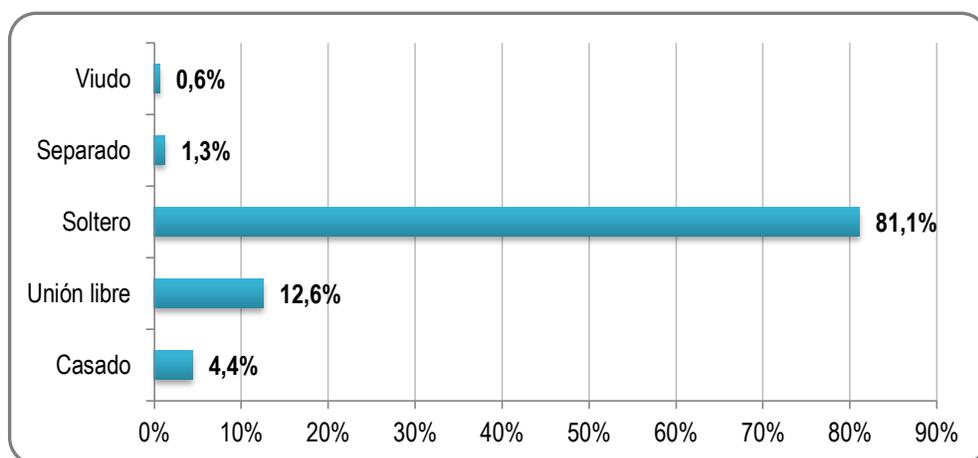
Gráfica 3. Sexo



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Del lejos puede afirmarse que el estado civil más frecuente correspondió al soltero, con la gran mayoría de los casos, es decir, con 81,1%. En menor proporción se evidenciaron los estudiantes que conviven en unión libre (12,6%) y casados (4,4%) (Gráfica 4).

Gráfica 4. Estado civil



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

También resultó de interés conocer el estado civil del estudiante considerando su edad. Al respecto la Tabla 2 indica que la mayoría de los individuos que se encuentran casados, tienen 25 – 29 años (71,4%), a su vez, la mayor parte de aquellos que conviven en unión libre han cumplido 20 – 24 (55%), e n el caso de los solteros, la mayoría se ubica entre los

20 – 24 años (49,6%) y los 25 – 29 años (36,4%). Por último, los separados y los viudos comprendieron respectivamente los 30 – 34 años (50%) y los mayores de 34 años (100%).

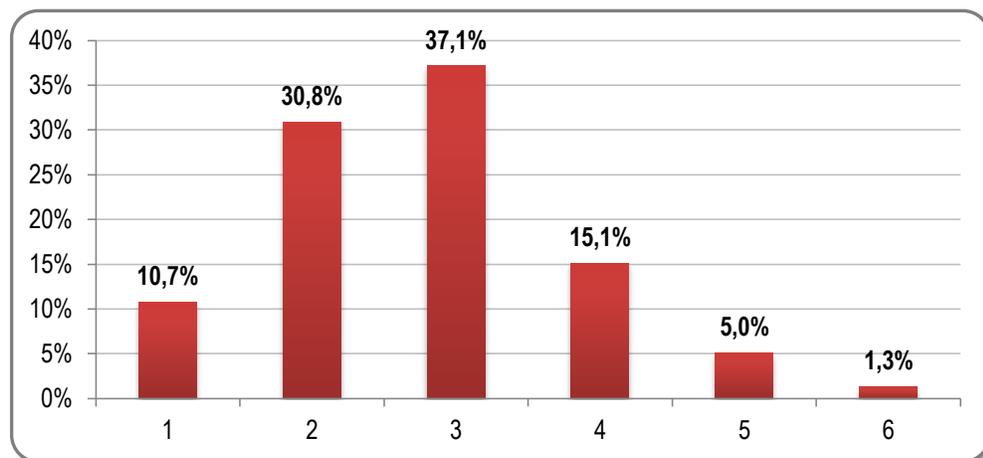
Tabla 2. Estado civil según edad. Porcentajes

	< 20	20 - 24	25 - 29	30 - 34	> 34	Total
Casado	0,0	14,3	71,4	0,0	14,3	100,0
Unión libre	0,0	55,0	45,0	0,0	0,0	100,0
Soltero	13,2	49,6	36,4	0,8	0,0	100,0
Separado	0,0	0,0	0,0	50,8	49,2	100,0
Viudo	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La variable estrato se representó en la Gráfica 5 por medio de un histograma de frecuencias, el cual muestra que la mayor parte de los encuestados correspondieron al nivel tres, con el 37,1%. En segundo lugar, aparecieron aquellos en estrato dos, con el 30,8% y los del cuatro, con 15,1%. Estos elementos sugieren que los estudiantes del programa de Administración de Empresas, si bien hacen parte de todos los estratos socioeconómicos, en mayor medida son procedentes de la clase media, en incluso de un nivel menos favorecido.

Gráfica 5. Estrato

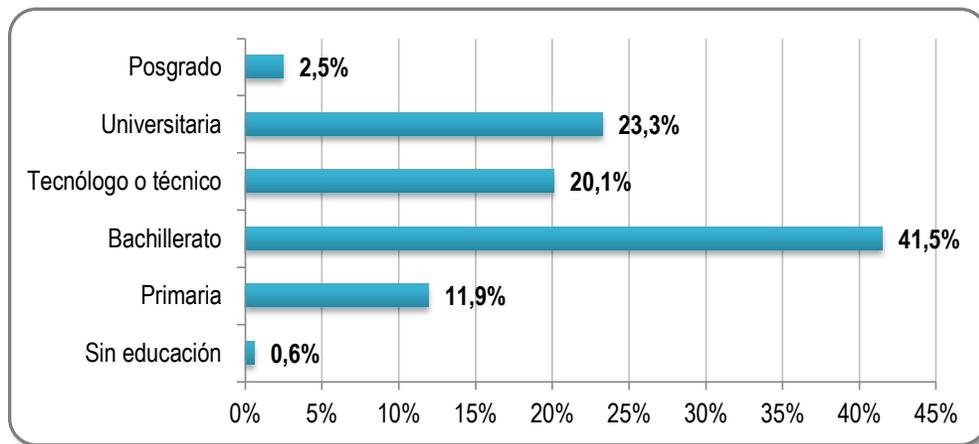


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

También se interrogó a los estudiantes respecto al nivel de formación académica de sus padres, con el fin de conocer la acumulación de capital humano de tipo educativo que poseen; esta realidad podría incidir de una u otra forma a que el estudiante procure

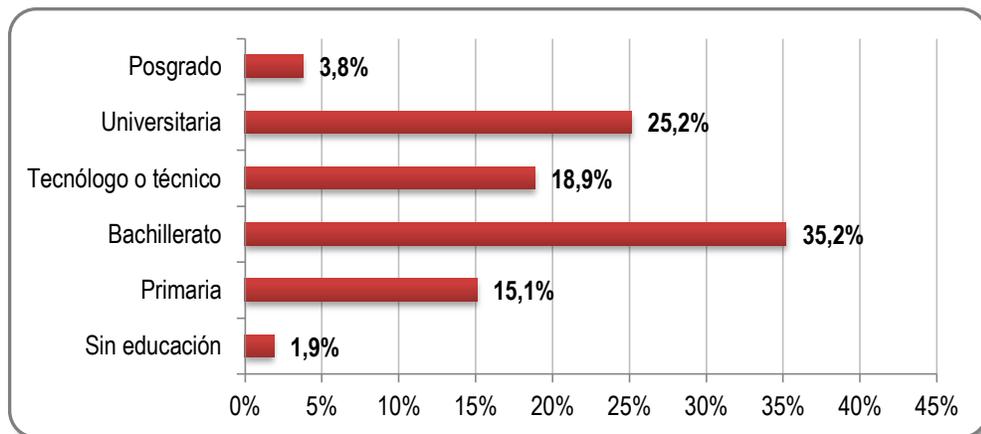
superarse y trascender en la sociedad, sobre todo, si posee en la actualidad un nivel de vida donde predominan las carencias materiales. En este orden de ideas, la Gráfica 6 muestra que la mayoría de los padres de género masculino poseen formación de bachillerato, con un 41,5%, cifra que fue superior a aquella correspondiente a las madres de este nivel, que aunque representó mayoría, ascendió al 35,2% (Gráfica 7). En segundo lugar se encontraron los padres y madres con formación universitaria, correspondiendo a 23,3% y 25,2%, respectivamente. Mientras que los restantes niveles educativos aparecen en las gráficas mencionadas.

Gráfica 6. Nivel educativo del padre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

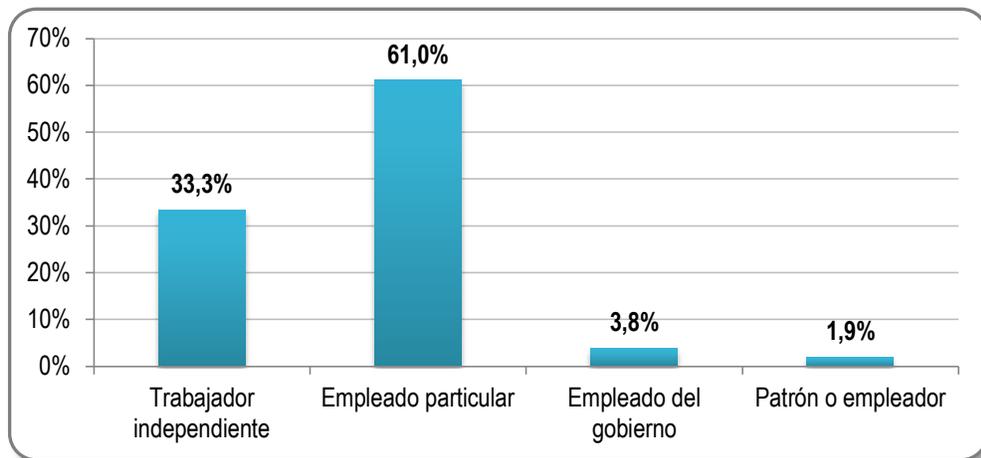
Gráfica 7. Nivel educativo de la madre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

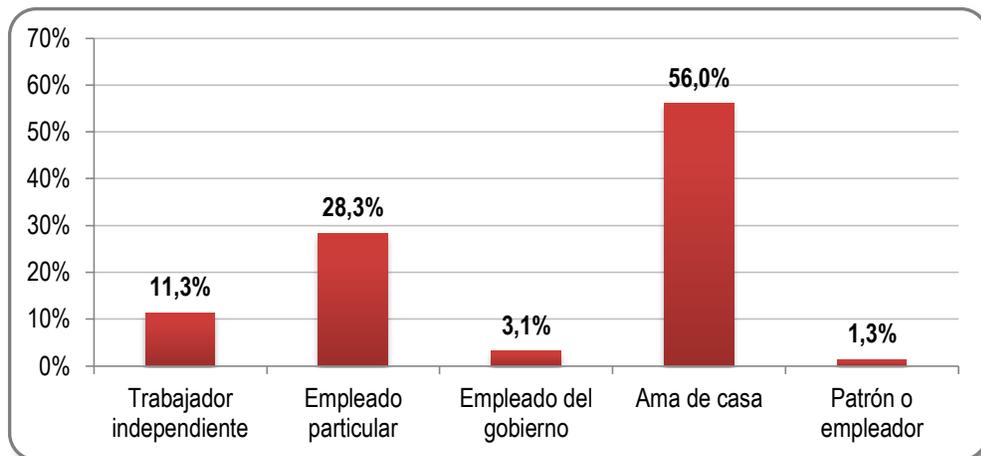
La ocupación de padres y madres fue otro de los aspectos interrogados. Se evidenció, luego de procesar los resultados, que los padres de los estudiantes del programa de Administración de Empresas son frecuentemente empleados particulares (61%), mientras que las madres se destacaron por ser amas de casa (56%). En contraste, el segundo lugar en ambos casos difiere; mientras que en el caso de los padres correspondió a la ocupación de trabajador independiente (33,3%), en las madres se destacó el hecho de que fueran empleadas particulares (28,3%). Las anteriores cifras pueden ser observadas en la Gráfica 8 y Gráfica 9.

Gráfica 8. Ocupación del padre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Gráfica 9. Ocupación de la madre

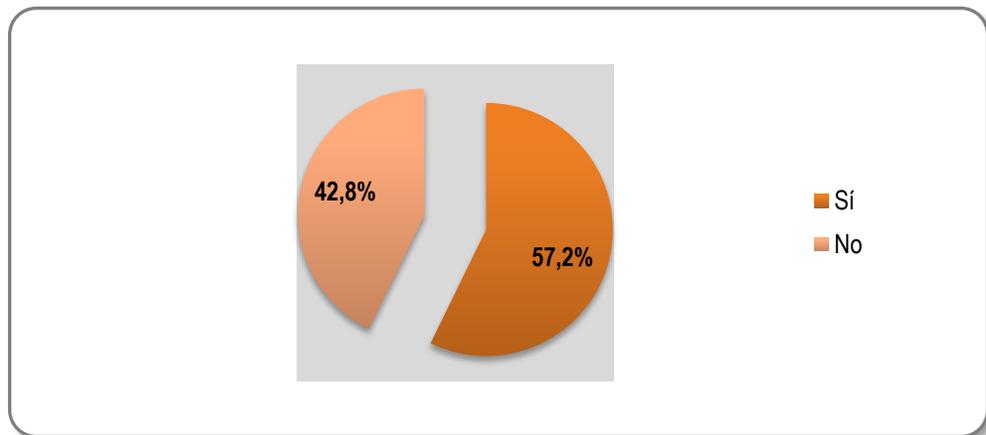


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

9.2 PERFIL ECONÓMICO

En esta segunda parte del primer capítulo se lleva a cabo un recuento analítico de los resultados a que hubo lugar en el ámbito económico de los estudiantes, en especial, en el campo laboral. Para conocer este perfil, inicialmente se interrogó sobre si además de estudiar, el individuo se dedicaba a ejercer alguna actividad dentro del orden laboral; la Gráfica 10 resulta ilustrativa frente a lo anterior, en la medida en que permitió conocer que algo más de la mitad de los estudiantes ejerce actividades laborales (57,2%), en cambio, los restantes solamente se dedican a actividades académicas (42,8%).

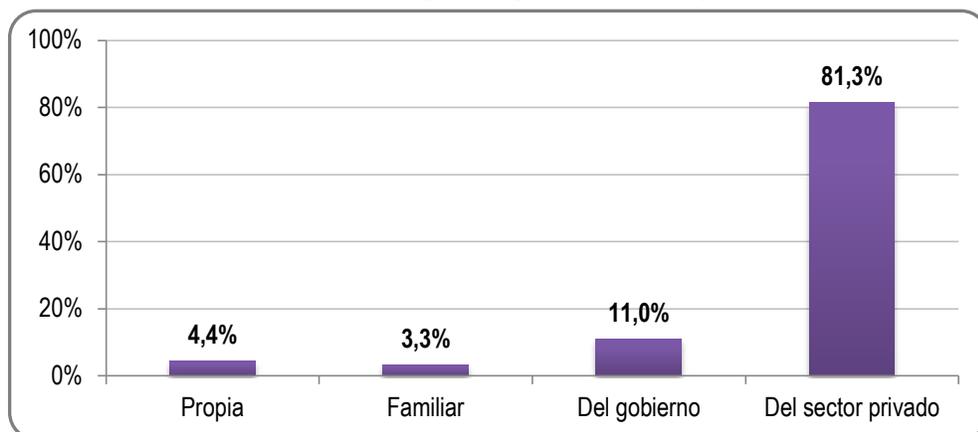
Gráfica 10. Trabaja además de estudiar



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Las descripciones y análisis que a continuación se efectúan incluyen —por obvias razones— únicamente a los estudiantes que trabajan. El tipo de empresa a la cual se encuentran vinculados laboralmente los estudiantes se representó ilustrativamente en la Gráfica 11. Se aprecia que una amplia mayoría pertenece al sector privado (81,3%), el restante porcentaje se reparte entre trabajadores de instituciones del gobierno (11%), propias (4,4%) y familiares (3,3%).

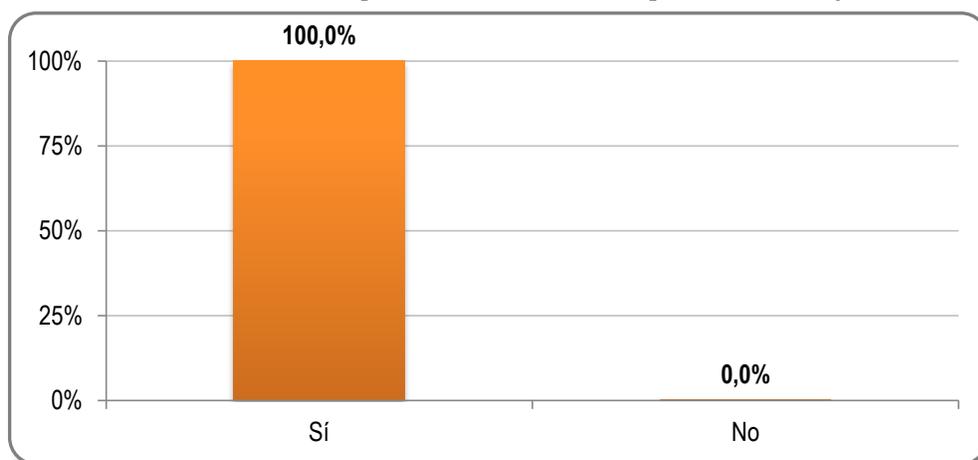
Gráfica 11. Tipo de empresa donde trabaja



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

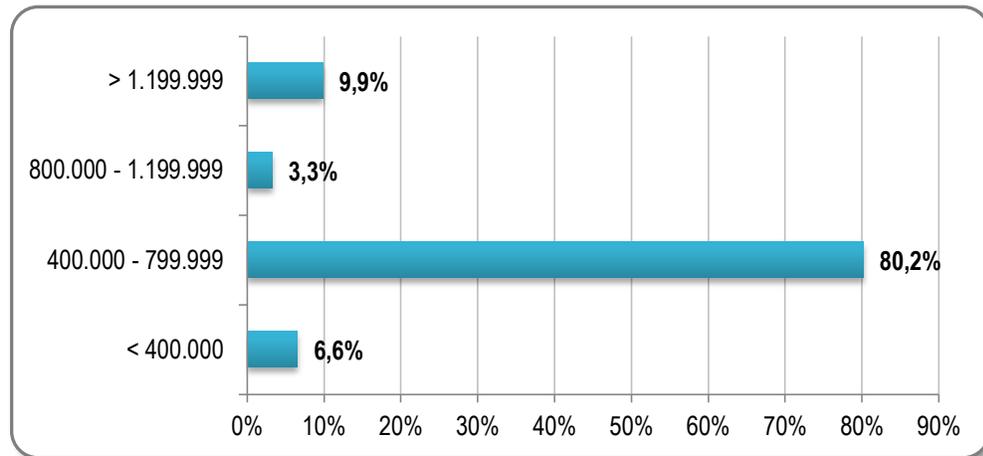
Todos los estudiantes en sus empleos reciben alguna remuneración, tal como lo da a entender la Gráfica 12. Ubicándose, a su vez, esta cuantía (Gráfica 13) en la mayoría de los casos entre \$400.000 — \$799.000, con un porcentaje de 80,2%. De lejos se observa que la categoría que sigue es aquella que incluye a los estudiantes que reciben más de \$1.199.999 (9,9%) y menos de \$400.000 (6,6%).

Gráfica 12. Recibe alguna remuneración en la empresa donde trabaja



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Gráfica 13. Cuantía de la remuneración



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Empleando técnicas de estadística descriptiva se calcularon algunos parámetros referidos a la remuneración laboral recibida por los estudiantes. Inicialmente la Tabla 3 presenta que el salario promedio fue de \$668.538. Es decir, al sumar todas las remuneraciones y dividir las entre la cantidad de estudiantes que trabajan, se obtuvo esta cifra, que fue levemente superior al salario mínimo mensual legal vigente para 2014, correspondiente a \$616.000. La dispersión de los salarios, de acuerdo a la desviación estándar, en promedio fue de \$322.589 alrededor de la media. Así mismo, el menor salario reportado ascendió a \$150.000 y el más alto a \$1.950.000.

Tabla 3. Estadísticos descriptivos relativos a la remuneración laboral

Estadístico	Valor o cantidad
Media	668.538,5
Mediana	600.000,0
Desviación estándar	322.589,8
Mínimo	150.000,0
Máximo	1.950.000,0

Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Este ejercicio estadístico se hizo también para cada algunas variables propias de los estudiantes. Primero según el sexo, lo cual aparece en la Tabla 4; para los hombres se

calculó un salario de \$772.368 que fue superior en \$178.274 al de las mujeres, el cual ascendió solo al \$594.094.

Tabla 4. Estadísticos descriptivos relativos a la remuneración laboral según sexo

Estadístico	Hombre	Mujer
Media	772.368,4	594.094,3
Mediana	650.000,0	600.000,0
Desviación estándar	400.961,2	228.452,2
Mínimo	150.000,0	180.000,0
Máximo	1.950.000,0	1.500.000,0

Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

También según el semestre se calculó el salario promedio, junto con algunos estadísticos asociados. La Tabla 5 permite deducir que a medida que se avanza en los semestres, mayor resulta el salario medio. De esta forma se tiene que aquellos estudiantes que laboran, y que cursan semestres inferiores devengan \$425.130 (desviación estándar de \$156.838), los que cursan semestres intermedios, \$597.368 (desviación estándar de \$181.409) y los de nivel superior, \$703.703 (desviación estándar de \$363.514).

Tabla 5. Estadísticos descriptivos relativos a la remuneración laboral según semestre

Estadístico	Inferiores (1 - 3)	Intermedios (4 - 6)	Superiores (7 - 10)
Media	425.130,0	597.368,4	703.703,1
Mediana	600.000,0	600.000,0	600.000,0
Desviación estándar	156.838,2	181.409,4	363.514,0
Mínimo	350.000,0	150.000,0	180.000,0
Máximo	750.000,0	800.000,0	1.950.000,0

Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Por último, se buscó conocer qué cantidad promedio de remuneración salarial recibían los estudiantes según el tipo de empresa donde ejercen actividades laborales. Con Tabla 6 es posible decir que los estudiantes incorporados en empresas familiares devengan el salario más alto, con \$900.000 en promedio (desviación estándar \$540.832), mientras que el más bajo se da en aquellos vinculados a empresas del sector privado con \$628.378 (desviación estándar \$286.074).

Tabla 6. Estadísticos descriptivos relativos a la remuneración laboral según tipo de vivienda donde trabaja

Estadístico	Propia	Familiar	Del gobierno	Del sector privado
Media	795.000,0	900.000,0	845.700,0	628.378,4
Mediana	750.000,0	750.000,0	675.000,0	600.000,0
Desviación estándar	541.387,1	540.832,7	375.553,5	286.074,2
Mínimo	180.000,0	450.000,0	450.000,0	150.000,0
Máximo	1.500.000,0	1.500.000,0	1.500.000,0	1.950.000,0

Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

10. INTENCIÓN EMPRENDEDORA

El análisis del comportamiento emprendedor aborda el estudio del comportamiento humano involucrado en el descubrimiento y explotación de una oportunidad a partir de la cual se da la creación de una organización. Se puede asumir que, dentro de la dinámica del comportamiento, las cogniciones, actitudes y emociones del individuo son el indicador más próximo, así como la causa más cercana e individual, de los resultados empresariales.

Al estudiar el contexto en que esto se desarrolla la intención emprendedora se debe ir más allá de la delimitación de un perfil del emprendedor exitoso, hacia la comprensión de cómo la influencia de ciertas situaciones del contexto, como los mecanismos gubernamentales, los sistemas de incentivos, o las consideraciones personales mejoran la percepción de las personas sobre las oportunidades y su aprovechamiento, tal como se efectúa en este capítulo en las siguientes páginas. Dentro del contexto en el que el potencial emprendedor se circunscribe, las investigaciones recientes sugieren que el camino para convertirse en un emprendedor no es un camino especial, sino que tiene bases en los sistemas cognitivos creados por la práctica deliberada⁶².

Se ha detectado que los individuos que actúan como emprendedores manifiestan comportamientos y actitudes que generalmente se forman por las motivaciones⁶³. Así, detrás de la acción emprendedora están las intenciones emprendedoras. Dado a que las intenciones emprendedoras se conciben como un vínculo entre el emprendedor como individuo y el contexto dentro del cual una iniciativa es creada el estudio de las intenciones constituye uno de los precursores más viables del comportamiento emprendedor que resulta en la creación de nuevas empresas.

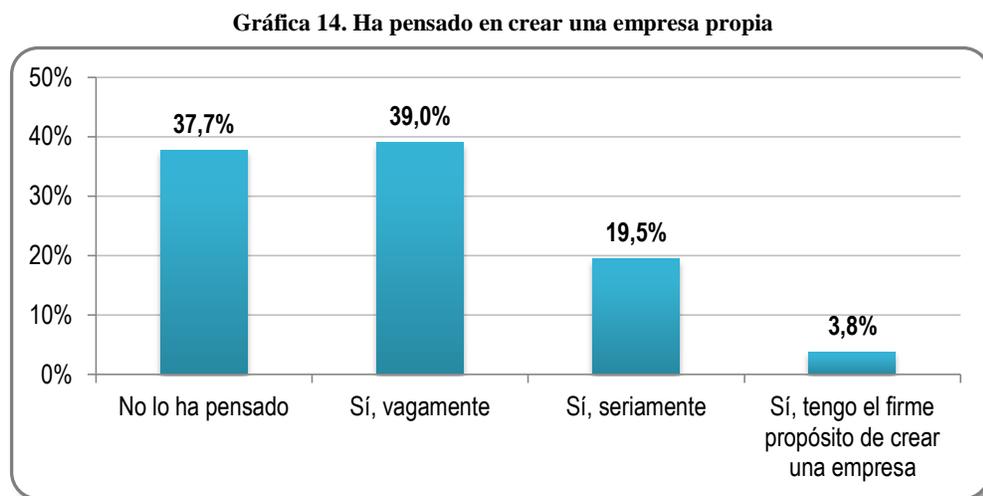
⁶² BARON, R. y HENRY, R. Why do some entrepreneurs achieve extraordinary success? Insights from cognitive science research on exceptional performance. Bloomington, 2006.

⁶³ ALONSO, Patricia. La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género. Universidad de Cantabria: Santander, 2012.

Teniendo en cuenta las anteriores motivaciones a continuación se analizan algunos aspectos afines a la intención emprendedora, en particular, aquellos relativos a: i) creación de empresa y preferencias laborales, ii) apreciaciones sobre la intención emprendedora, y iii) apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor.

10.1 CREACIÓN DE EMPRESA Y PREFERENCIAS LABORALES

Como parte de esta sección, se presentan inicialmente los hallazgos en torno que si el estudiante del pregrado en Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena en algún momento ha pensado en crear empresa. La Gráfica 14 muestra que son relativamente pocos los estudiantes que consideran formar una organización con un propósito serio (19,5%) o firme (3,8%), en cambio, un alto porcentaje considera esto vagamente (39%), e incluso, otros ni siquiera han considerado la idea de montar un negocio (37,7%).



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Para considerar en el análisis de la intención emprendedora por la vía de la creación de empresas de manera conjunta con las características sociales y demográficas del estudiante, se elaboró la Tabla 7. En esta se aprecia que aquellos individuos que estudian en semestres inferiores, un alto porcentaje (47,4%) no ha pensado en crear empresas. Los que cursan semestres intermedios y superiores, en su mayoría contestaron haber pensado vagamente en crear una empresa, siendo los porcentajes de 41,9% y 38,9%, respectivamente. Así mismo,

aquellos con el firme propósito de conformar una organización fueron notoriamente pocos, concentrándose únicamente en los semestres superiores.

No se aprecian diferencias notable al considerar la edad de los estudiantes que han pensado en crear empresa y aquellos que no. En términos generales se puede afirmar que en todas las edades, las respuestas se concentraron en ‘no haberlo pensado’ o en ‘haberlo pensado vagamente’. A pesar de esto, cabe resaltar algunas cifras, que aunque no fueron mayoría, resultan interesantes como parte de la descripción que se efectúa en este capítulo; esto fue el hecho de que ‘han pensado seriamente’ crear una empresa poseen 20 – 24 años, y corresponden al 27,6%, a su vez, los que ‘tienen el firme propósito’ de crear una empresa se ubican en los 25 – 29 años, ascendiendo apenas al 6,6%.

En el caso de los hombres, la mayoría indicó haberlo pensado vagamente (37%), mientras que las mujeres algunas lo han pensado vagamente (40,7%) y otras no lo han pensado (40,7%).

En el ámbito de la variable estado civil, se estableció que la mayoría de los casados no ha pensado crear una empresa propia (57,1%), aquellos en unión libre lo ha hecho vagamente (50%), dentro de los solteros, algunos tampoco lo han considerado (38%), y otros más lo han hecho de manera vaga (38%).

En relación con el estrato, los estudiantes de los estratos más bajos (1 y 2) no han pensado crear una empresa, en su mayoría, incluso, aquellos de los más altos (5 y 6), tampoco, tal como se aprecia en la mencionada tabla. Así mismo, de acuerdo a los niveles educativos, tanto del padre como de la madre del estudiante, el grueso de los estudiantes tendió a concentrarse en las categorías de respuestas previamente mencionadas.

Tabla 7. Ha pensado en crear una empresa propia según aspectos sociales y demográficos del estudiante

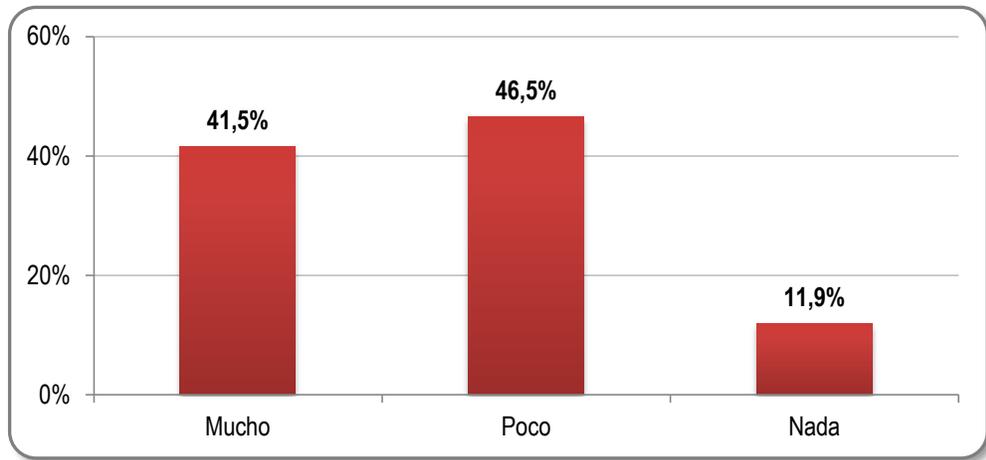
Variables ▼	Categorías de la variable ▼	No lo ha pensado		Sí, vagamente		Sí, seriamente		Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Semestre	Inferiores (1 - 3)	18	47,4	14	36,8	6	15,8	0	0,0	38	100,0
	Intermedios (4 - 6)	8	25,8	13	41,9	9	29,0	1	3,2	31	100,0
	Superiores (7 - 10)	34	37,8	35	38,9	16	17,8	5	5,6	90	100,0
Edad	< 20	8	47,1	8	47,1	1	5,9	0	0,0	17	100,0
	20 - 24	24	31,6	29	38,2	21	27,6	2	2,6	76	100,0
	25 - 29	25	41,0	23	37,7	9	14,8	4	6,6	61	100,0
	30 - 34	1	50,0	1	50,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
	> 34	2	66,7	1	33,3	0	0,0	0	0,0	3	100,0
Sexo	Hombre	25	34,2	27	37,0	16	21,9	5	6,8	73	100,0
	Mujer	35	40,7	35	40,7	15	17,4	1	1,2	86	100,0
Estado civil	Casado	4	57,1	1	14,3	2	28,6	0	0,0	7	100,0
	Unión libre	5	25,0	10	50,0	4	20,0	1	5,0	20	100,0
	Soltero	49	38,0	50	38,8	25	19,4	5	3,9	129	100,0
	Separado	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
	Viudo	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Estrato	1	7	41,2	8	47,1	1	5,9	1	5,9	17	100,0
	2	17	34,7	19	38,8	11	22,4	2	4,1	49	100,0
	3	24	40,7	22	37,3	12	20,3	1	1,7	59	100,0
	4	8	33,3	10	41,7	5	20,8	1	4,2	24	100,0
	5	3	37,5	3	37,5	1	12,5	1	12,5	8	100,0
	6	1	50,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0	2	100,0
Nivel educativo del padre	Sin educación	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
	Primaria	7	36,8	8	42,1	3	15,8	1	5,3	19	100,0
	Bachillerato	20	30,3	27	40,9	16	24,2	3	4,5	66	100,0
	Tecnólogo o técnico	18	56,3	11	34,4	3	9,4	0	0,0	32	100,0
	Universitaria	13	35,1	13	35,1	9	24,3	2	5,4	37	100,0
	Posgrado	2	50,0	2	50,0	0	0,0	0	0,0	4	100,0
Nivel educativo de la madre	Sin educación	3	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0
	Primaria	7	29,2	12	50,0	4	16,7	1	4,2	24	100,0
	Bachillerato	14	25,0	24	42,9	16	28,6	2	3,6	56	100,0
	Tecnólogo o técnico	17	56,7	9	30,0	3	10,0	1	3,3	30	100,0
	Universitaria	15	37,5	15	37,5	8	20,0	2	5,0	40	100,0
	Posgrado	4	66,7	2	33,3	0	0,0	0	0,0	6	100,0

Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Con el fin de comprender en mayor detalle las razones por las cuales sucede lo anterior, a los encuestados se les planteó una batería de ítems relacionados con sus preferencias laborales, para que fueran valorados; los resultados se muestran en las siguientes páginas.

Se comenzó interrogándoles sobre el nivel de atracción que sienten por trabajar como asalariados, un alto porcentaje respondió que poco, correspondiendo al 46,5%, otra proporción notable indicó que mucho, siendo el 41,5%, mientras que solo el 11,9% reconoció que estaba nada atraído.

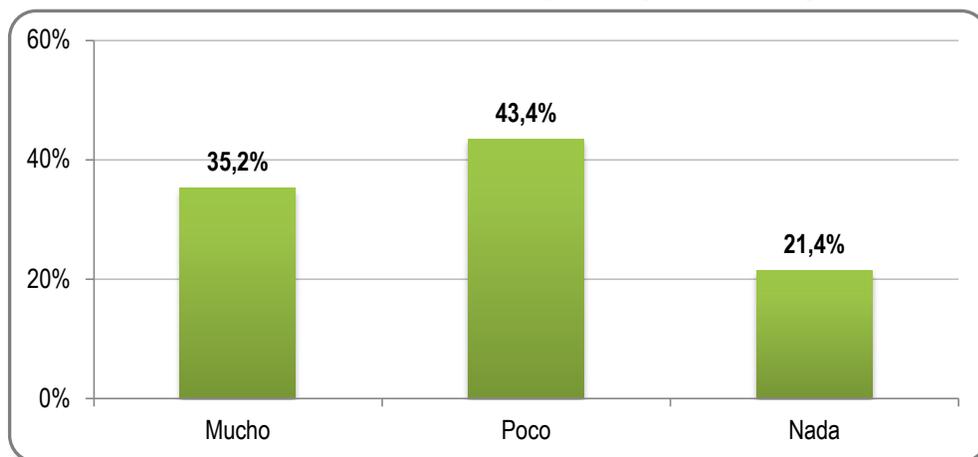
Gráfica 15. Qué tan atraído está hacia trabajar como asalariado



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

El trabajar como profesional independiente resultó poco atractivo para el 43,4% de los estudiantes, y nada interesante para el 21,4%. En cambio fue muy valorado por el 35,2% (Gráfica 16).

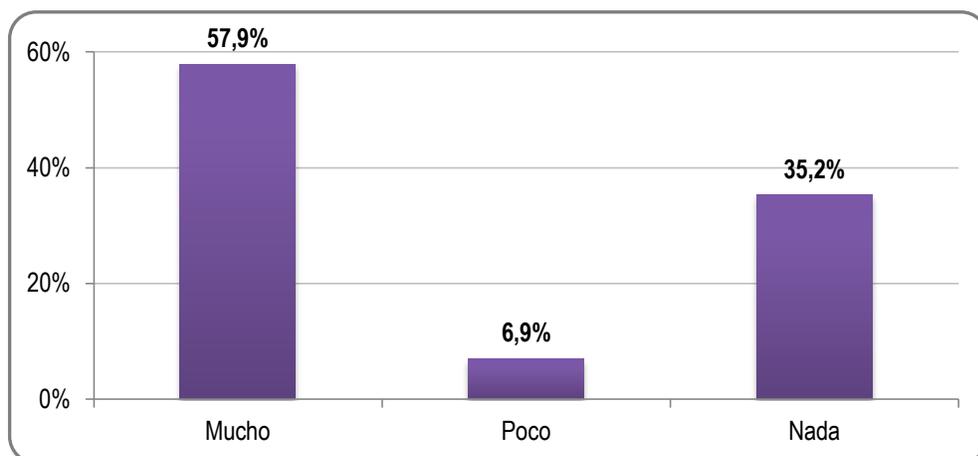
Gráfica 16. Qué tan atraído está hacia trabajar como profesional independiente



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Las respuestas dieron un giro notable cuando se preguntó por ‘qué tan atraído está hacia trabajar como empresario’, en este caso la mayoría de los estudiantes contestó que estaba muy atraído, ascendiendo la cifra al 57,9%. Esto contrastó con el 35,2% que indicó no sentir atracción alguna y con la reducida proporción, del 6,9%, que se refirió a estarlo poco; todo esto se encuentra representado en la Gráfica 17.

Gráfica 17. Qué tan atraído está hacia trabajar como empresario

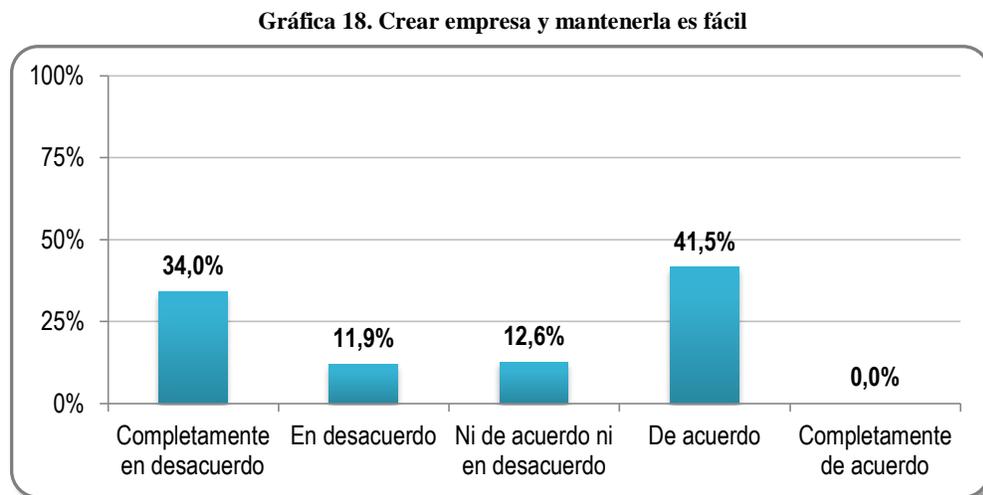


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

10.2 APRECIACIONES SOBRE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Otra batería de preguntas estuvo enfocada a conocer las apreciaciones de los estudiantes sobre la intención emprendedora, pero en términos del nivel de acuerdo que reconocen.

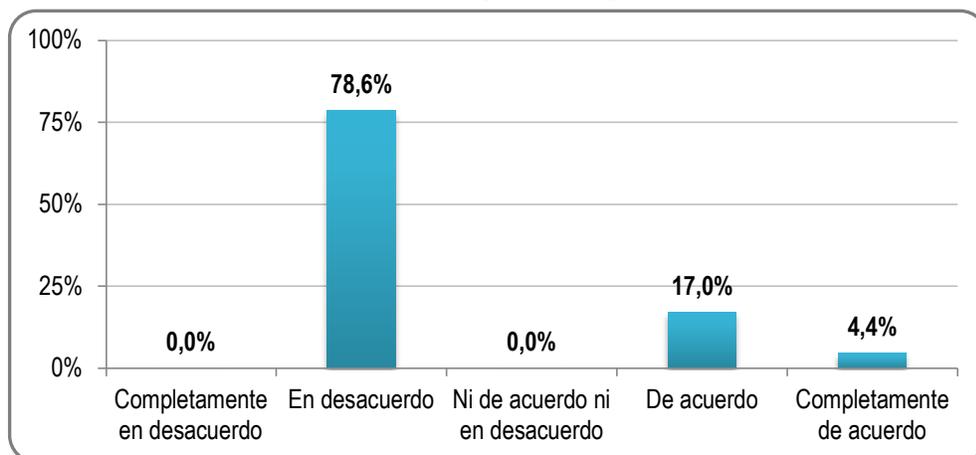
En este orden de ideas, se pidió inicialmente que valoraran el ítem de que ‘crear una empresa y mantenerla es fácil’, ante lo cual la mayoría de estudiantes reconoció estar de acuerdo (41,5%), seguidos de cerca por otro grupo que se declaró en completo desacuerdo con la afirmación (34%) (Gráfica 18).



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Partiendo de considerar que el espíritu emprendedor hace referencia al estado de alerta hacia las oportunidades, basado en las diferencias de las percepciones individuales, y que explica el hecho de que el valor del emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades de beneficio sin explotar procedentes de una mala asignación de recursos, y que se materializa por medio de la carrera emprendedora, se procedió a interrogar a los estudiantes respecto a su nivel de acuerdo con que la ‘carrera emprendedora sea poco atractiva’. Los hallazgos sugieren que casi todos los entrevistados declararon estar en desacuerdo con el ítem (78,6%), lo cual contrastó con el 17% que reconoció estar de acuerdo, y el 4,4% que está completamente de acuerdo, así como aparece en la Gráfica 19.

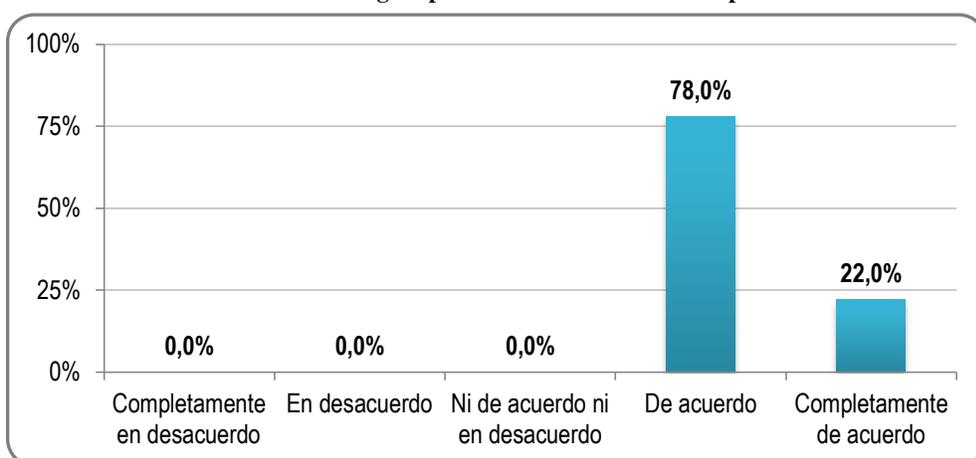
Gráfica 19. Carrera emprendedora poco atractiva



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Uno de los grupos de mayor influencia para los seres humanos corresponde a sus amigos, en la medida en que comparten momentos, pensamientos, opiniones y afinidades. De esta forma en el contexto de la creación de empresa, podría resultar relevante la opinión de ellos ante los estudiantes encuestados. Según los datos recabados se puede afirmar que los amigos de todos los sujetos incluidos en la investigación aprueban la decisión de crear empresa, en particular, el 78% mencionó estar de acuerdo, en tanto que el restante 22%, expresó estar completamente de acuerdo (Gráfica 20).

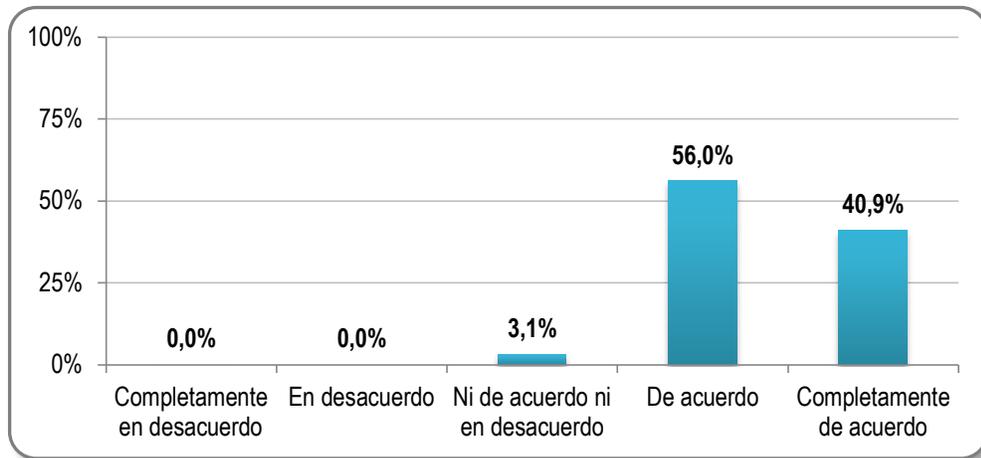
Gráfica 20. Amigos aprueban decisión de crear empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Otro grupo de influencia es la familia, sobre el cual se detectó que los estudiantes, en el 56% de los casos, están de acuerdo con que esta aprobaría la decisión de crear una empresa, incluso, el 40,9% considera que estaría completamente de acuerdo. Solo unos pocos indecisos reportaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo (Gráfica 21).

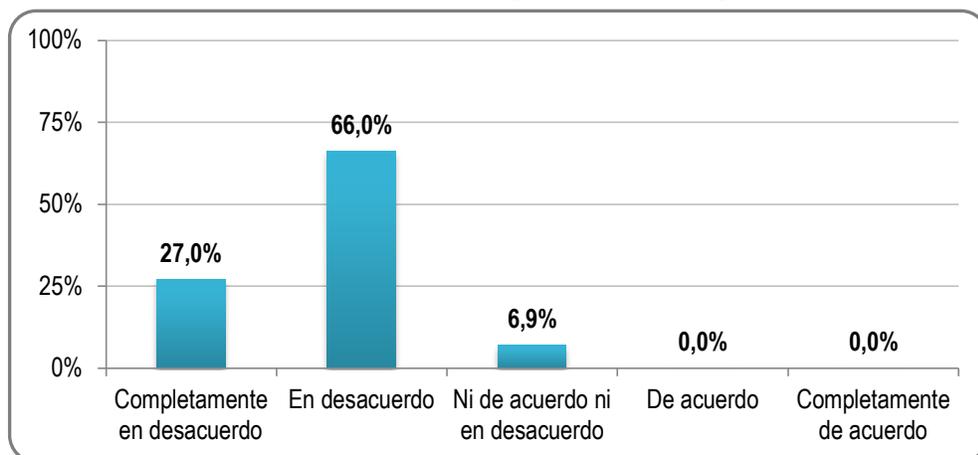
Gráfica 21. Familia aprobaría decisión de crear una empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Por otro lado, los estudiantes del programa de Administración de Empresas reconocen estar en desacuerdo con ser ‘totalmente incapaces de crear una empresa’, en este caso la proporción correspondió a 66%, en segundo lugar aparecieron aquellos que se están completamente en desacuerdo, con el 27%, y en último lugar, los que señalaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo, con 6,9% (Gráfica 22).

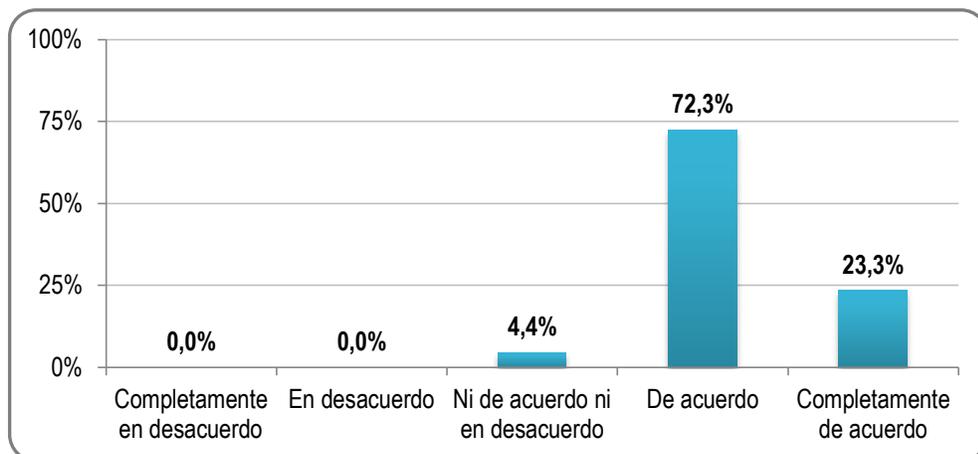
Gráfica 22. Totalmente incapaz de crear una empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Otro de los aspectos investigados fue si el estudiante piensa que el ‘ser un empresario le supondría una gran satisfacción’. Las valoraciones y su respectiva distribución de frecuencias se recogen en la Gráfica 23, de la cual es evidente que estos individuos están de acuerdo con tal afirmación, representando el 72,3%, otros van más allá, y declaran que está completamente de acuerdo, siendo el 23,3%.

Gráfica 23. Ser empresario me supondría una gran satisfacción

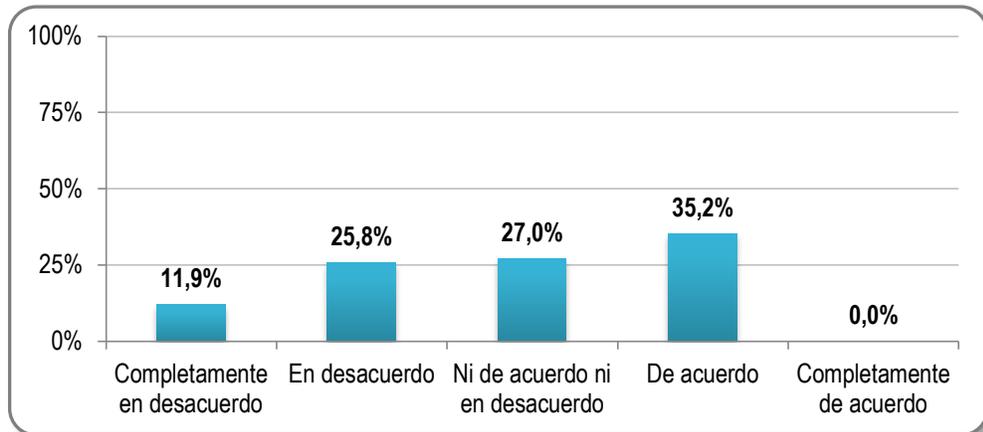


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Sobre la dificultad de emprender un proyecto empresarial los estudiantes no exhibieron un claro patrón en sus respuestas, en la medida en que Gráfica 24 muestra unas participaciones

notablemente similares, a pesar de esto, la mayoría estuvo en los que está de acuerdo con que es muy difícil sacar adelante un proyecto emprendedor, representando el 35,2% del total.

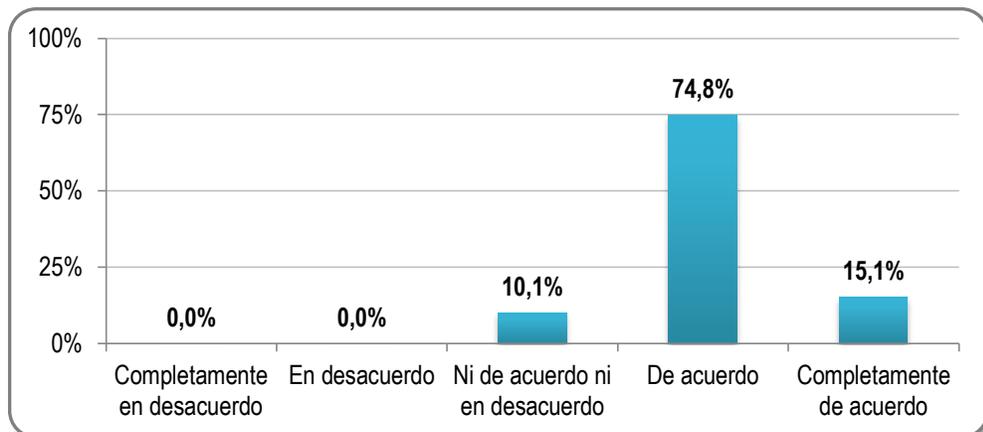
Gráfica 24. Muy difícil sacar adelante un proyecto emprendedor



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

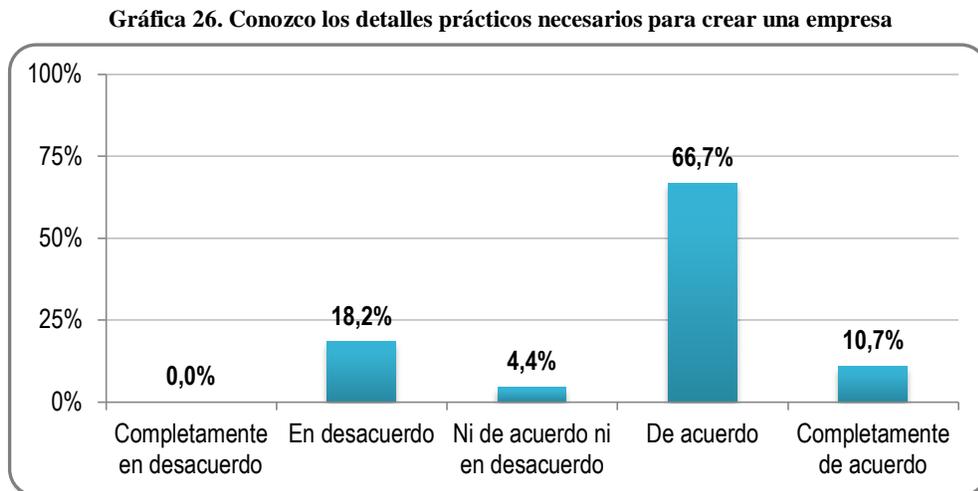
La Gráfica 25 contiene las valoraciones que efectuaron los estudiantes a la afirmación de que ‘ser empresario me reportaría más ventajas que inconvenientes’. Sobre esto se encontró que el 74,8% de los casos respondieron estar de acuerdo, así como el 15,1% se manifestó en completo acuerdo; solo el 10,1% reportó no estar de acuerdo ni en desacuerdo. Estos elementos permiten confirmar la visión y las expectativas positivas de los estudiantes para con su actitud emprendedora.

Gráfica 25. Ser empresario me reportaría más ventajas que inconvenientes



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Entre tanto, el 66,7% de los estudiantes manifestó estar de acuerdo con que Conozco los detalles prácticos necesarios para crear una empresa, tal como se observa en la Gráfica 26.



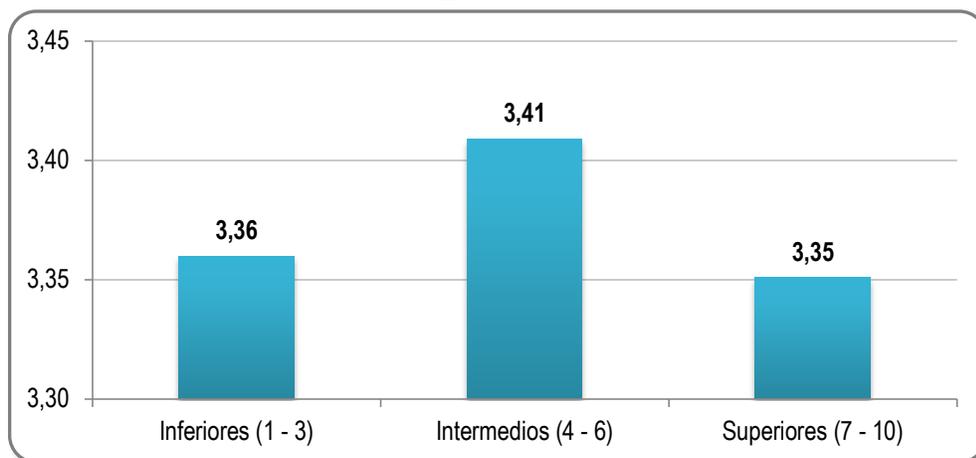
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

10.2.1 Apreciaciones sobre la intención emprendedora según aspectos sociales y demográficos del estudiante

El análisis de la intención emprendedora resultó interesante efectuarlo con base en las características individuales del estudiante, con el fin de detectar la eventual existencia de patrones o regularidades en los datos. Para efectuar esto, se procedió a la estimación de los promedios de los ítems referidos a la “apreciaciones sobre la intención emprendedora”, pero considerados de manera conjunta, cabe recordar que las posibles respuestas encajaban en una escala del 1 al 5, por tanto, sus respectivos promedios se encuentran sobre dicho rango de valores; entre más cercano a 5, más favorabilidad hacia la intención de emprender un negocio.

Los datos muestran que, en función del semestre, los estudiantes de los semestres intermedios (comprendidos entre 4° y 6°), fueron los que mayor intención emprendedora presentaron (3,41), al ser comparados con aquellos de los semestres más bajos (3,36) y los más altos (3,35), tal como puede observarse de la Gráfica 27.

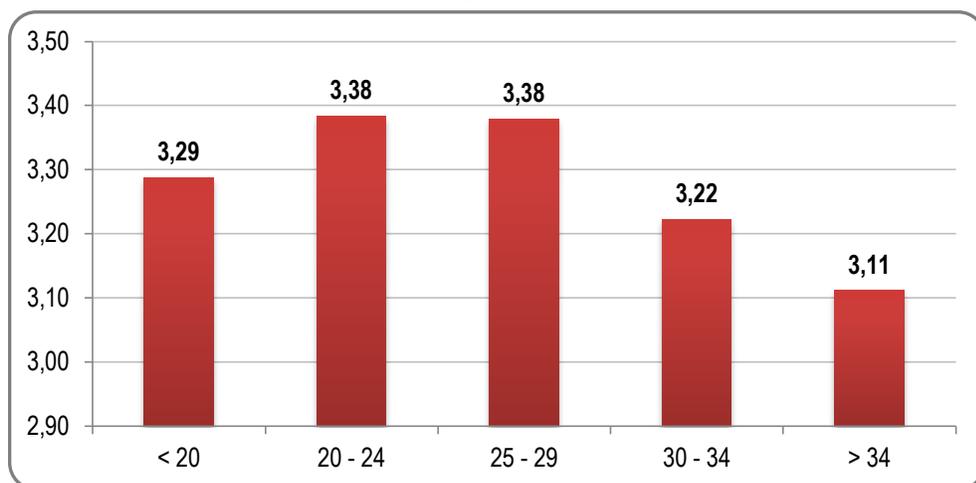
Gráfica 27. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según semestre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

En relación con la edad, la Gráfica 28 muestra que luego de los 20 años se presenta la mayor intención por emprender, sin embargo, se torna decreciente a medida que el estudiante se hace mayor, así, pasó de 3,38 en los jóvenes de 20 – 24 años y 25 – 29 años, a 3,22 en aquellos de 30 – 34 y a 3,11 en los mayores de 34 años.

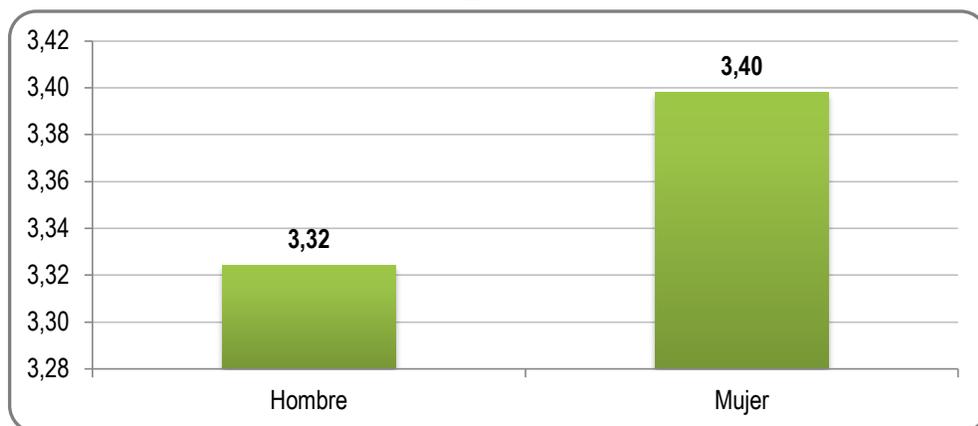
Gráfica 28. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según edad



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Se encontró que las mujeres presentaron mayor intención por emprender (3,4) cuando se les comparó con los hombres (3,32), así como lo muestra la Gráfica 29.

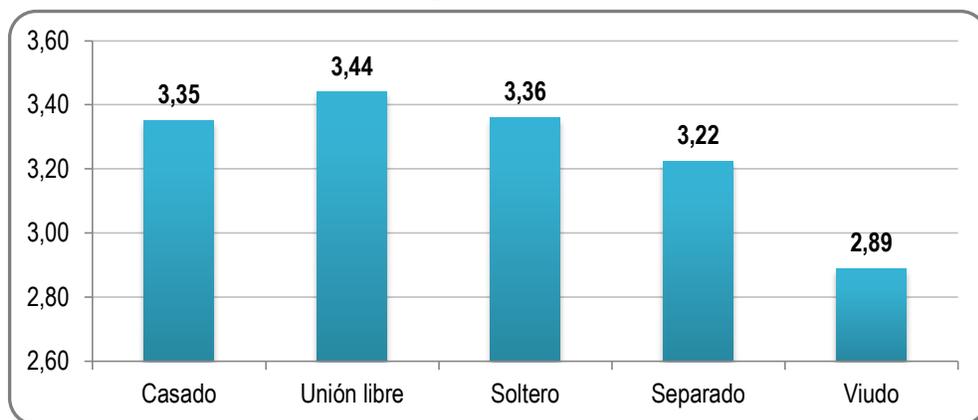
Gráfica 29. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según sexo



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Para el caso de la variable estado civil, en la Gráfica 30 resulta claro que los estudiantes con mayor intención emprendedora fueron aquellos que conviven en unión libre (3,44), casados (3,35) y solteros (3,36), en comparación con los viudos (2,89) y los separados (3,22).

Gráfica 30. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según estado civil

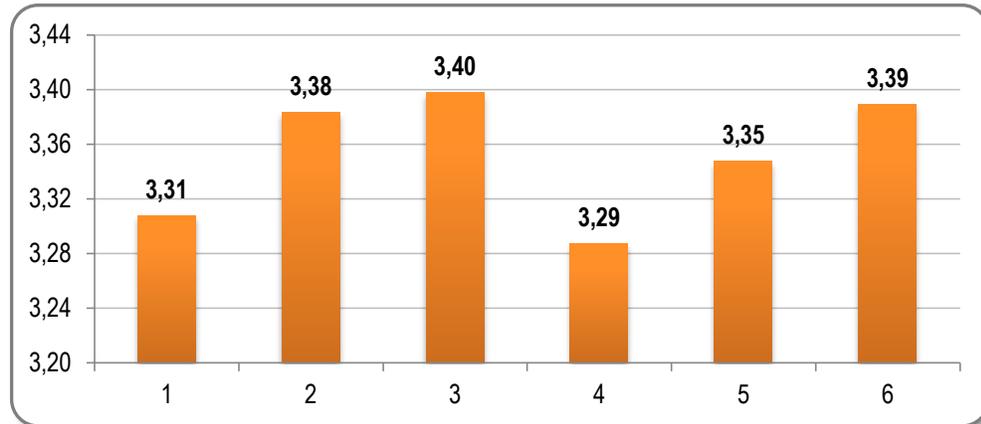


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La distribución de los promedios de la intención emprendedora con relación al estrato del estudiante se muestra en la Gráfica 31. De esta es posible afirmar que no existe un patrón evidente en cuanto a este par de variables; lo que se puede afirmar se limita a que los

individuos con mayor voluntad o intención de emprender fueron aquellos de los estratos 3, 6 y 2, cada uno con promedios de 3,4, 3,39 y 3,38.

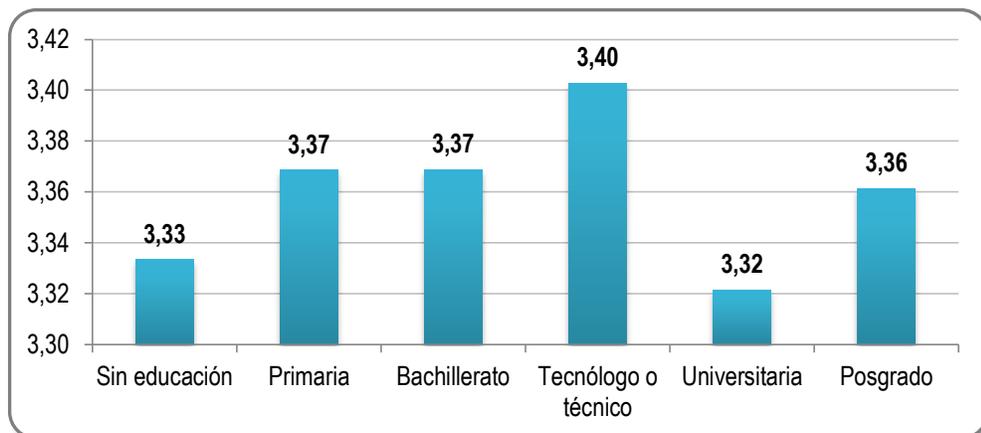
Gráfica 31. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según estrato



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

En el caso de la distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según nivel educativo del padre, la Gráfica 32 muestra que aquellos estudiantes con padres sin formación educativa, con nivel primaria, secundaria, universitaria o posgrado, presentan poca intención emprendedora cuando se comparan con padres técnicos o tecnólogos (3,4).

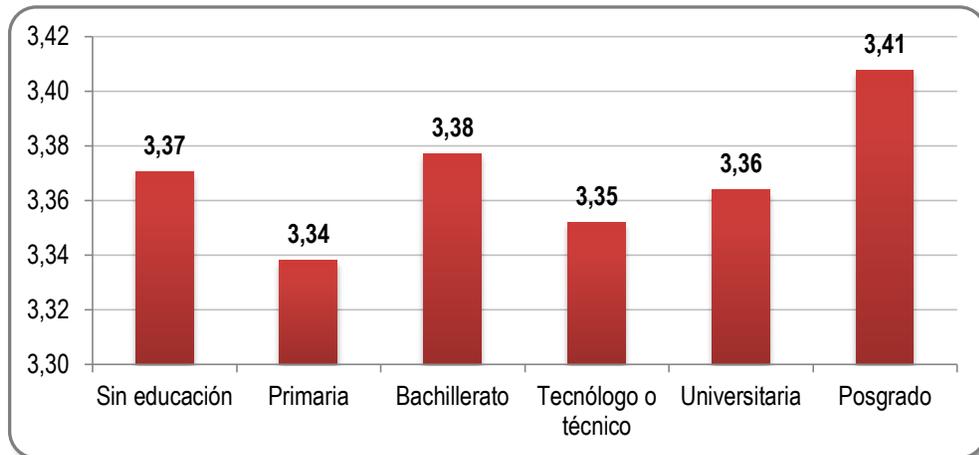
Gráfica 32. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según nivel educativo del padre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Por último, se tiene que la intención emprendedora es mayor en estudiantes con madres que han alcanzado formación a nivel de posgrado (3,41) respecto a los demás niveles, tal como se distribuyen los promedios de la Gráfica 33.

Gráfica 33. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la intención emprendedora según nivel educativo de la madre



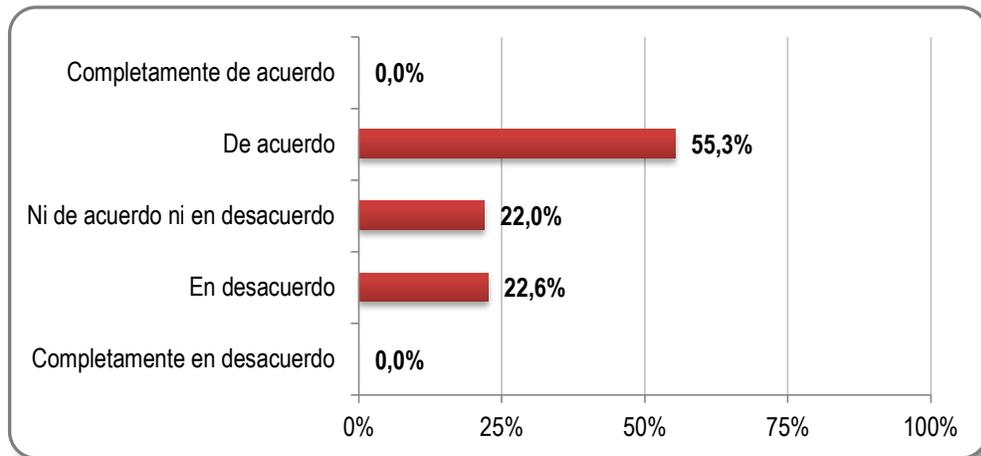
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

10.3 APRECIACIONES SOBRE LA IMAGEN SOCIAL DEL EMPRENDEDOR

En esta última sección del capítulo se revisan y describen algunas apreciaciones de los estudiantes con respecto a lo que ellos consideran y perciben que es la imagen social del emprendedor en el ámbito de su entorno inmediato.

Se preguntó si la familia valora la profesión de emprendedor por encima de otras profesiones, ante lo cual la mitad de los encuestados (55,3%) manifestaron que están de acuerdo con esto, contrario a una pequeña proporción que está en desacuerdo (22,6%) y que no tiene un punto de vista claro (20%) (Gráfica 34).

Gráfica 34. La familia valora la profesión de emprendedor por encima de otras profesiones



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

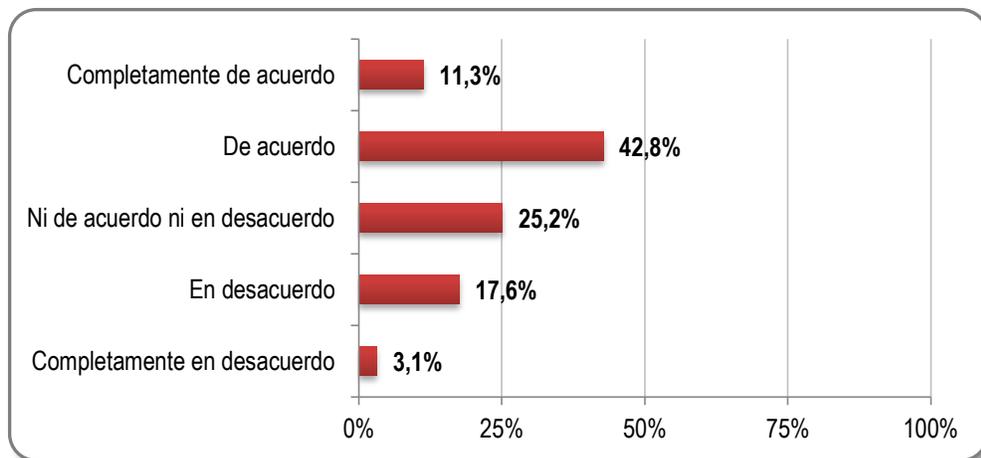
Bajo otro punto de vista en este estudio se consideró que la cultura parece desempeñar un papel relevante dentro del proceso de desarrollo económico, y en particular, en el surgimiento de la iniciativa empresarial⁶⁴. Esta relación, si bien es compleja, se han identificado dos mecanismos principales. En primer lugar, una cultura nacional favorable daría lugar a la legitimación social, haciendo que la carrera empresarial fuera más valorada

⁶⁴ MINKOV, Michael y HOFSTEDE, Geert. Is National Culture a Meaningful Concept?: Cultural Values Delineate Homogeneous National Clusters of In-Country Regions. En: Cross-Cultural Research. 2012, vol. 46, no. 2. p 133-159.

y reconocida socialmente, creando así un entorno institucional favorable. Por tanto, habrá más gente que intente iniciar una empresa, con independencia de sus creencias y actitudes personales; en segundo lugar, una cultura que comparta valores y patrones de pensamiento más pro-empresarial, conduciría a que más individuos muestren rasgos psicológicos y actitudes coherentes con la actividad emprendedora. Por lo tanto, más individuos tratarán de convertirse en empresarios. En este sentido, se ha sugerido que una alta valoración percibida de la actividad emprendedora en una sociedad dará lugar a actitudes más positivas y mayor intención por parte de los individuos⁶⁵.

Bajo estas consideraciones se indagó primeramente sobre si los estudiantes creen que la cultura colombiana es muy favorable hacia la actividad emprendedora. Ante esto la mayoría (42,8%) contestó estar de acuerdo con esta creencia, otros no estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo (25,2%) y otros más estuvieron en desacuerdo (17,6%) (Gráfica 35).

Gráfica 35. Cultura de mi país es muy favorable hacia la actividad emprendedora



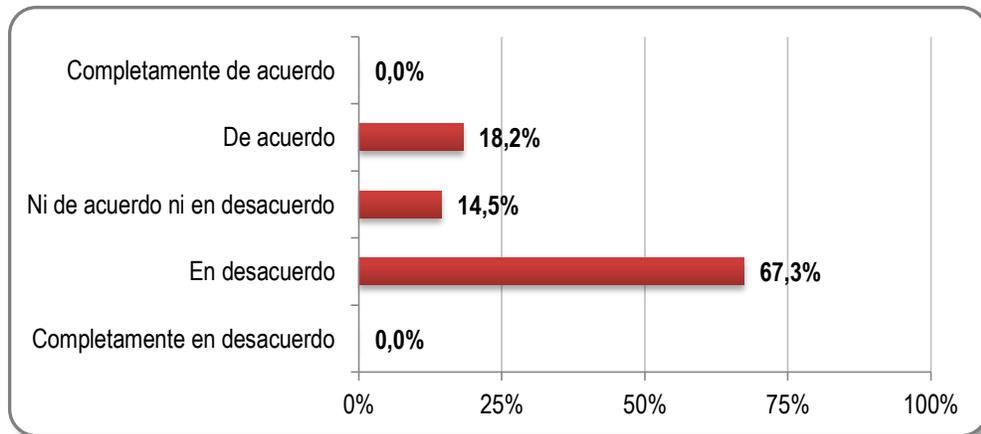
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Continuando con la relación de la cultura y la actividad emprendedora, pero desde un punto de vista alternativo, a saber: si en Colombia el papel del emprendedor en la economía es

⁶⁵ JAÉN, Inmaculada, FERNÁNDEZ, José y LIÑÁN, Francisco. Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. En: Revista de Economía Mundial. 2013, no. 35. p 35-51.

poco reconocido. Sobre esto, la Gráfica 36 se enfoca en representar las respuestas obtenidas, dentro de las que se encontró que la mayoría (67,3%) señaló que está en desacuerdo con que en el país el papel del emprendedor es poco reconocido. Otro conjunto de estudiantes respondió que está de acuerdo (18,2%), mientras que otros más no tuvieron claridad en la respuesta (14,5%).

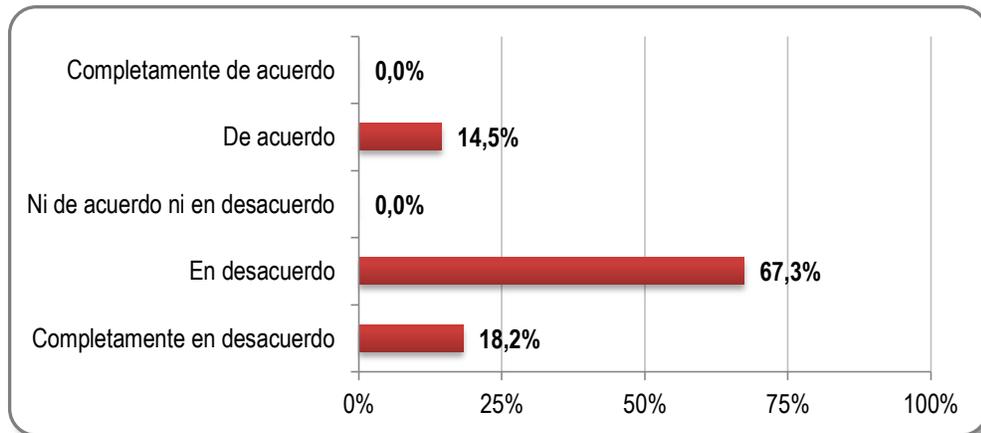
Gráfica 36. En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 37 se refiere a si los amigos del estudiante valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones. Al respecto fue frecuente encontrar que el 67,3% no estaba de acuerdo, incluso, el 18,2% se manifestó en completo desacuerdo.

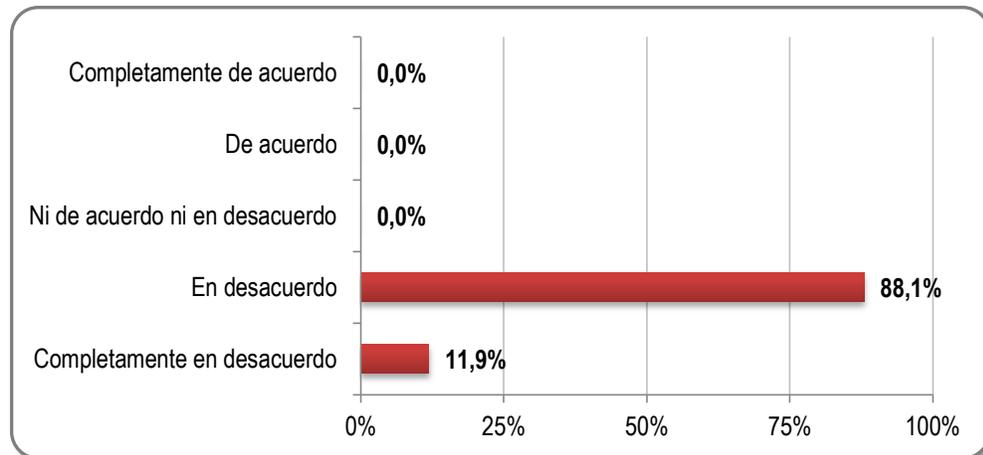
Gráfica 37. Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Otro ítem que se pidió valorar a los estudiantes consistió en que si en Colombia se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás. Las respuestas ante esto fueron negativas en todos los casos, puntualmente, se destacó que el 88,1% mencionara estar en desacuerdo, y el restante 11,9%, en desacuerdo, tal como se puede observar en la Gráfica 38.

Gráfica 38. En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás



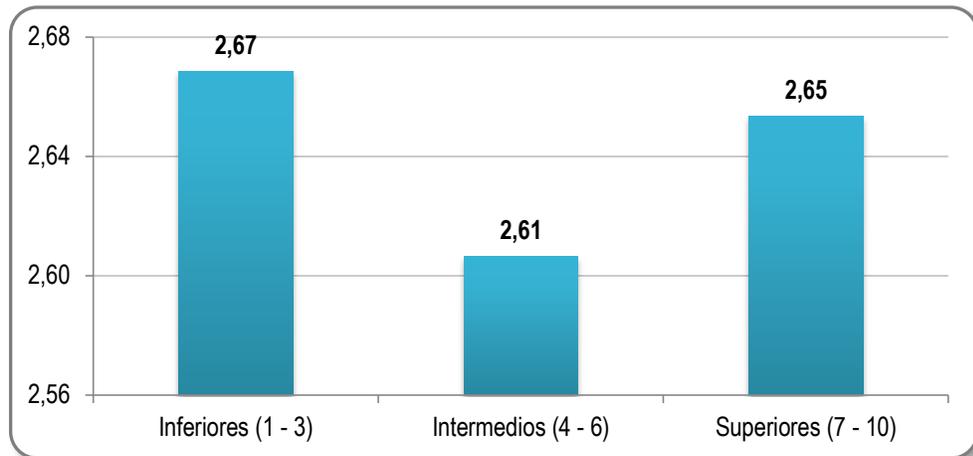
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

10.3.1 Apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según aspectos sociales y demográficos del estudiante

De manera análoga al análisis presentado en la sección precedente, a continuación se analizan las apreciaciones que tiene los estudiantes respecto a la imagen social del emprendedor, para ello igualmente se recurre a la estimación estadística de promedios, que estuvieron comprendidos en un rango del 1 al 5, en donde 1 fue la peor apreciación, mientras que 5, la mejor.

Considerando la variable semestre, se encontró que las mejores apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor se encuentran en los estudiantes del primero al tercer semestre (2,67), así como en aquellos de séptimo a décimo (2,65). En contraste, la peor apreciación al respecto la tienen los estudiantes de semestres intermedios (2,61) (Gráfica 39).

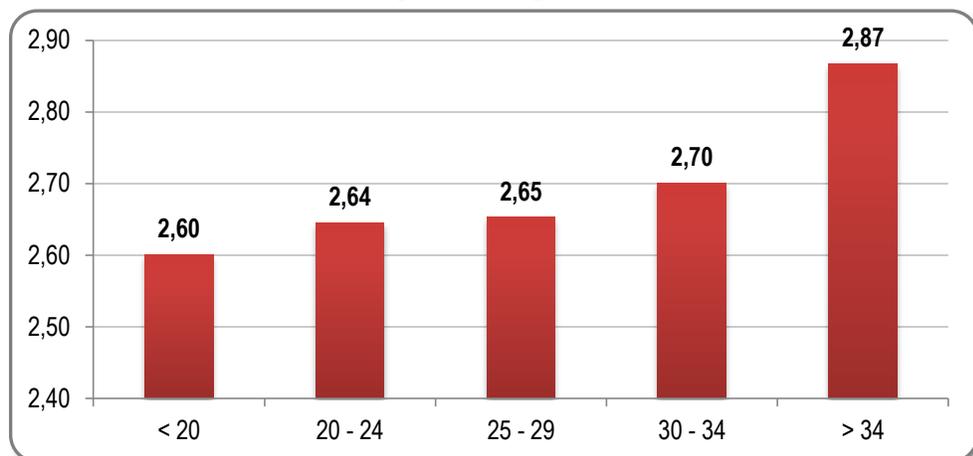
Gráfica 39. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según semestre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 40 contiene información de la distribución de los promedios frente apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según edad del estudiante. Resulta claro que los estudiantes de edad superior tendieron a poseer una apreciación mejor de la imagen del emprendedor en la sociedad, en particular, los mayores de 34 años arrojaron un promedio de 2,87, que resulta relativamente alto cuando se le compara con el 2,6 que presentaron aquellos estudiantes menores de 20 años.

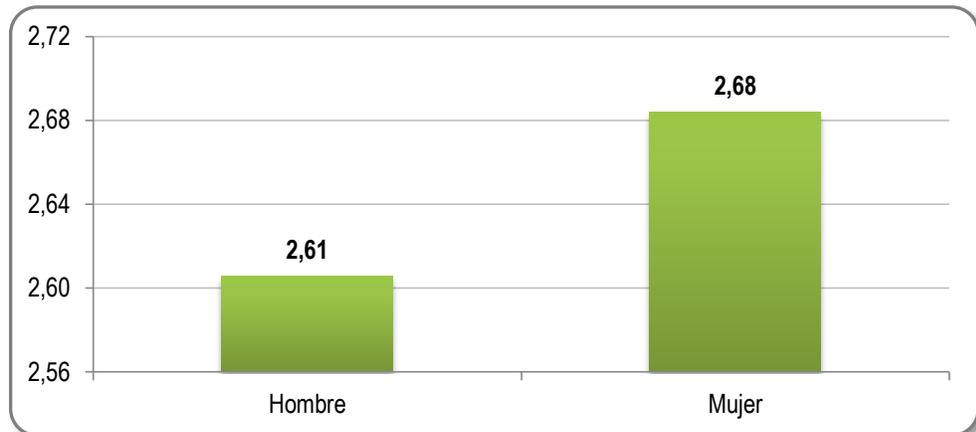
Gráfica 40. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según edad



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 41 muestra que, según el sexo del estudiante de Administración de Empresas, difiere la apreciación sobre la imagen social del emprendedor. Así, las mujeres exhibieron un promedio mayor (2,68) que el de los hombres (2,61).

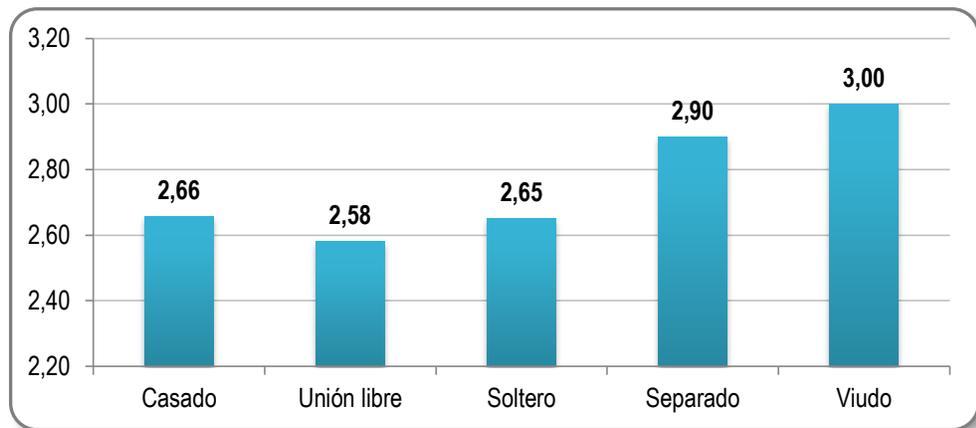
Gráfica 41. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según sexo



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

El estado civil y los promedios de las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor se presentan en la distribución de frecuencias de la Gráfica 42. Al respecto, los viudos y los separados mostraron los promedios más altos (3 y 2,9, respectivamente), con relación al resto.

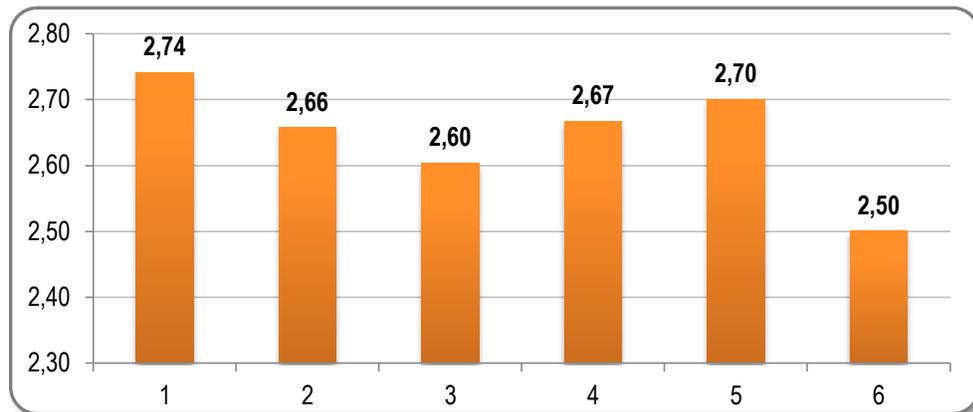
Gráfica 42. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según estado civil



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor, teniendo en cuenta el estrato del estudiante, divergen, sobre todo entre el estrato más bajo (el 1^o con un promedio de 2,74) y el más alto (el 6^o con un promedio de 2,5). A su vez, en los estratos intermedios se presentaron promedios heterogéneos, los cuales no permiten hablar de un patrón evidente, así como lo sugiere la Gráfica 43.

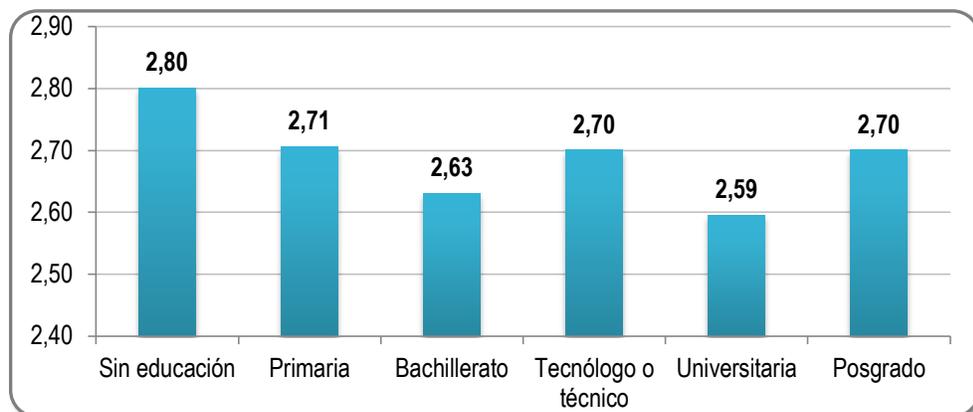
Gráfica 43. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según estrato



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Entre tanto, los encuestados con padres sin educación y con formación primaria, presentaron las mejores apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor, siendo de 2,8 y 2,71, respectivamente (Gráfica 44).

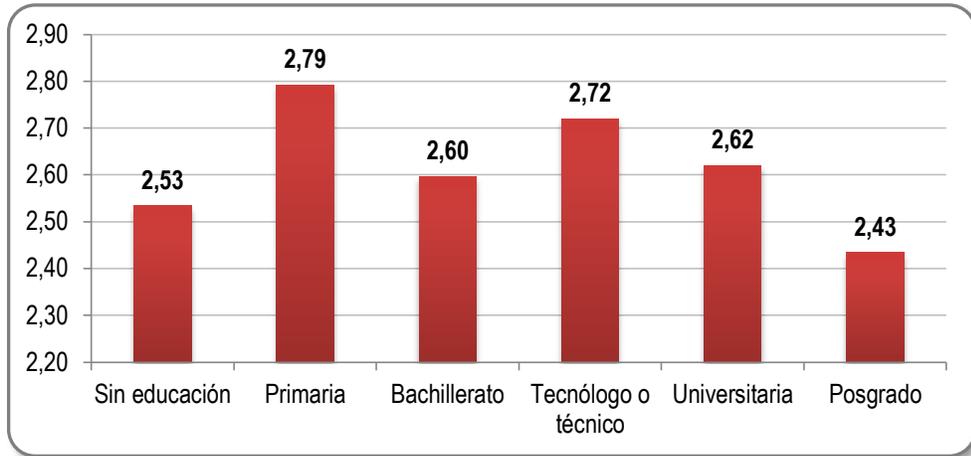
Gráfica 44. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según nivel educativo del padre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

En el caso del nivel educativo de las madres de los estudiantes, la Gráfica 45 muestra que las apreciaciones de estos individuos con relación a la imagen social del emprendedor, son altas en aquellas con educación primaria (2,79) y técnica-tecnológica (2,72).

Gráfica 45. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor según nivel educativo de la madre



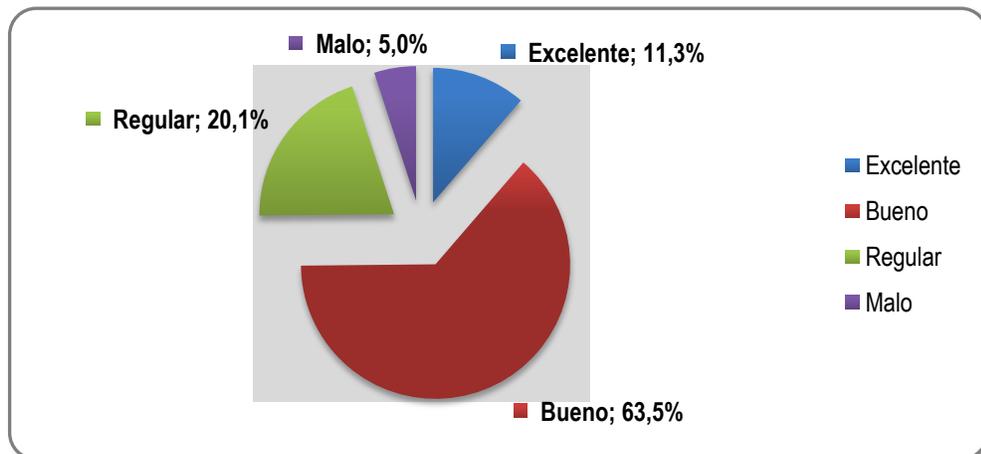
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

11. HABILIDADES Y CAPACIDADES DE LOS ESTUDIANTES: EMPRENDIMIENTO, TOMA DE DECISIONES, LIDERAZGO Y RELACIONES HUMANAS

En este capítulo se presentan en detalle los hallazgos obtenidos en el ámbito de las habilidades y capacidades, de tal suerte que se posibilita su descripción, lo cual proveerá entendimiento y luces al respecto.

Como punto de partida se consideró la valoración del estudiante sobre su la habilidad o capacidad para seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto o servicio (Gráfica 46), ante esto el 63,5% se reconoció como poseedor de buena capacidad, seguido de los que mencionaron que era regular (20,1%) y excelente (11,3%).

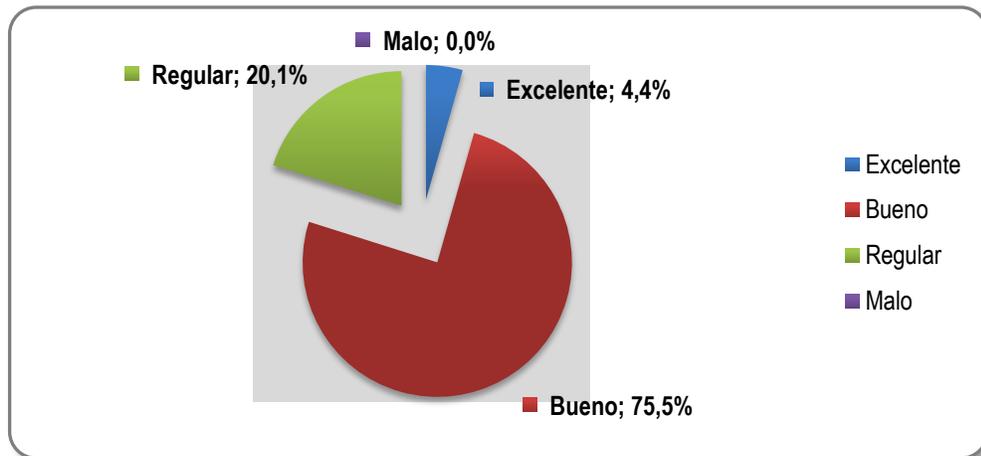
Gráfica 46. Valoración de la habilidad o capacidad para seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto o servicio



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Se consideró también la valoración de la habilidad o capacidad para negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa. En esto, la Gráfica 47 da a entender que los estudiantes se reconocieron como buenos en el 75,5% de los casos, aunque un 20,1% lo hizo como regular.

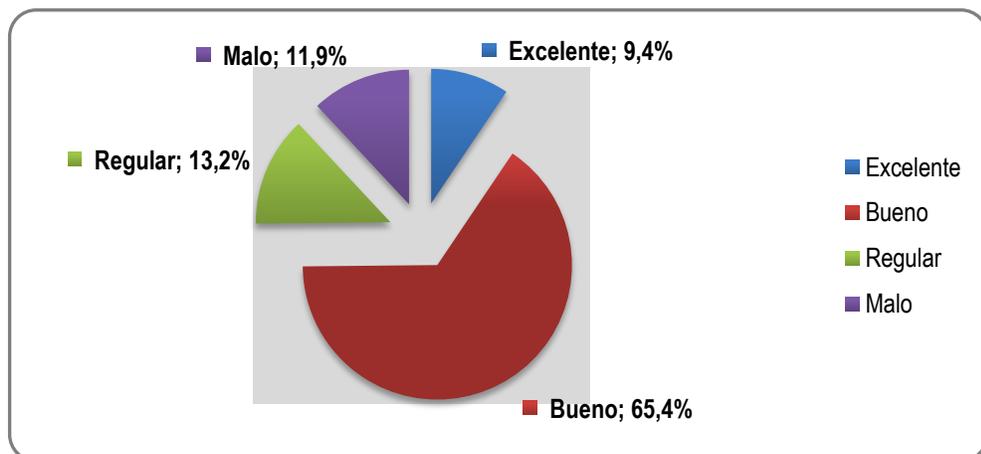
Gráfica 47. Valoración de la habilidad o capacidad para negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

También fue de interés valorar la capacidad del estudiante con respecto a reconocer el potencial de una idea u oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa, ante esto la mayoría se auto-reconoció como bueno, alcanzando el 65,4%, otros como regulares, con el 13,2% y unos más, como malos, con 11,9% (Gráfica 48).

Gráfica 48. Valoración de la habilidad o capacidad para reconocer el potencial de una idea u oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa

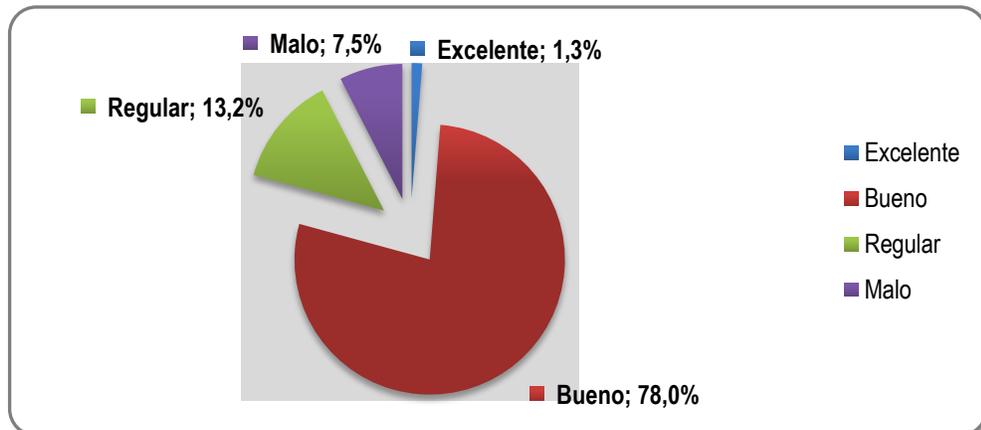


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 49 contiene información cuantitativa de la valoración que los estudiantes del programa de Administración de Empresas asignaron a su habilidad o capacidad para

reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto o empresa. Se encontró que, así como los aspectos previamente descritos, en éste la mayoría también se autodefinió como bueno (78%); en menor proporción aparecen los regulares (13,2%) y los malos (7,5%).

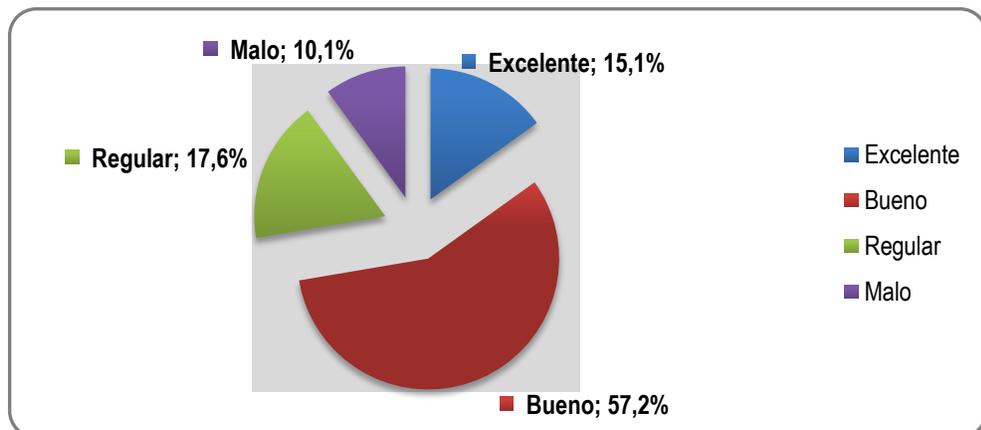
Gráfica 49. Valoración de la habilidad o capacidad para reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto o empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La valoración de la habilidad o capacidad para convencer a un cliente de probar un nuevo producto o iniciativa se presenta en términos de frecuencias porcentuales en la Gráfica 50. De esta resulta evidente que los que indicaron ser buenos ascendieron al 57,2%, mientras que los regulares, excelentes y malos fueron el 17,6%, 15,1% y 10,1%, respectivamente.

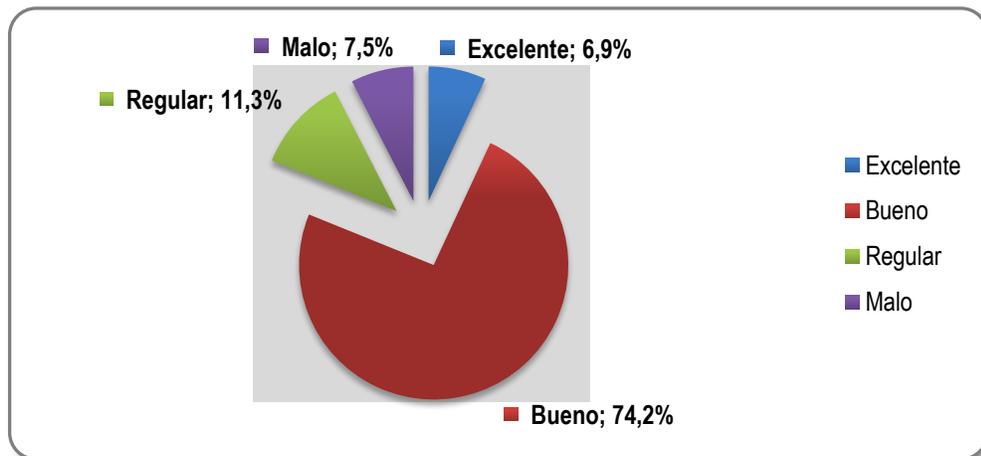
Gráfica 50. Valoración de la habilidad o capacidad para convencer a un cliente de probar un nuevo producto o iniciativa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

El último aspecto dentro de las habilidades y capacidades afines al emprendimiento, toma de decisiones, liderazgo y relaciones humanas se representa en la Gráfica 51, específicamente el escribir un plan de negocios, de forma clara y completa. La evidencia aquí mostrada permite indicar que los estudiantes que se auto-reconocen como buenos ascendieron al 74,2%, las restantes categorías fueron minoría, así, los regulares, malos y excelentes respectivamente tuvieron el 11,3%, el 7,5% y el 6,9% del total.

Gráfica 51. Valoración de la habilidad o capacidad para escribir un plan de negocios, de forma clara y completa



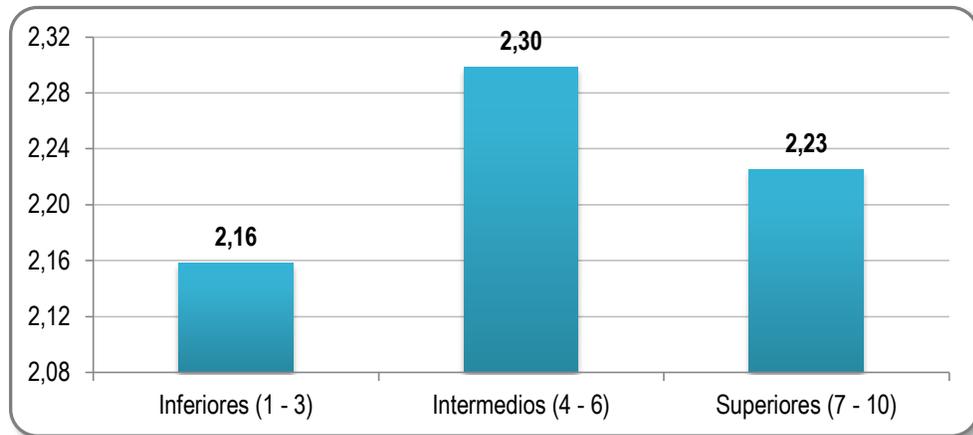
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

11.1.1 Habilidades y capacidades de los estudiantes según aspectos sociales y demográficos del estudiante

Esta otra parte del documento muestra el análisis referido a las habilidades y capacidades relativas al emprendimiento, que fueron reportadas por los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena, teniendo en cuenta sus aspectos sociales y demográficos. Así como en páginas anteriores se ha efectuado, a continuación se hace uso del promedio correspondiente a los ítems “capacidades y habilidades”, esta vez se mueven dentro de un rango comprendido entre 1 y 4, en donde 1 es malo y 4 es excelente; es decir, las habilidades y capacidades son mejores entre más alto es el valor de la cifra.

En esta investigación se encontró que aquellos estudiantes en los semestres intermedios se auto-reconocieron poseedores de mejores habilidades y capacidades sobre emprendimiento (2,3) que los que cursan semestres superiores (2,23) o semestres inferiores (2,16), así como puede observarse en la Gráfica 52.

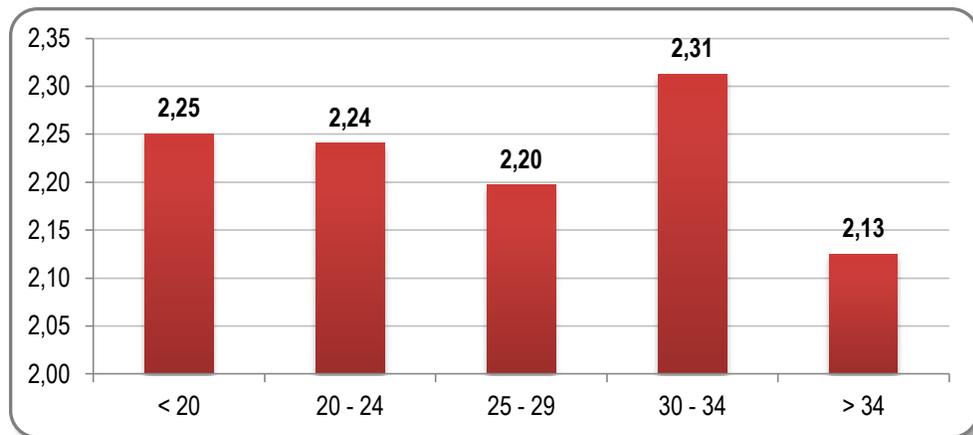
Gráfica 52. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según semestre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

De otra parte se evidenció, gracias a la Gráfica 53, que los estudiantes con 30 – 34 años fueron los que mejores habilidades y capacidades sobre emprendimiento reportaron, alcanzando un promedio de auto-valoración del 2,31. En contraste, los mayores de 34 años apenas alcanzaron un promedio de 2,13.

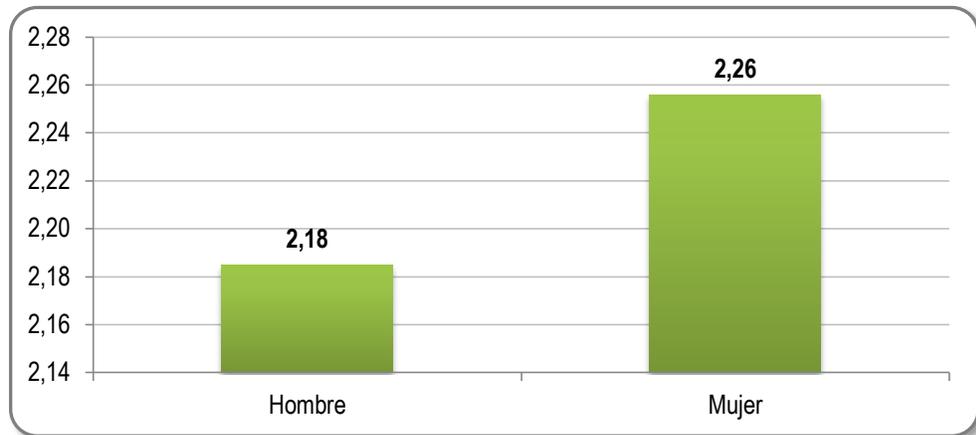
Gráfica 53. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según edad



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según el sexo de estudiante —que aparece en la Gráfica 54—, sugiere que las mujeres se auto-reconocen como mejores poseedoras de estos atributos, al calcularseles un promedio de 2,26. En el caso de los hombres, la cifra alcanzó apenas el 2,18.

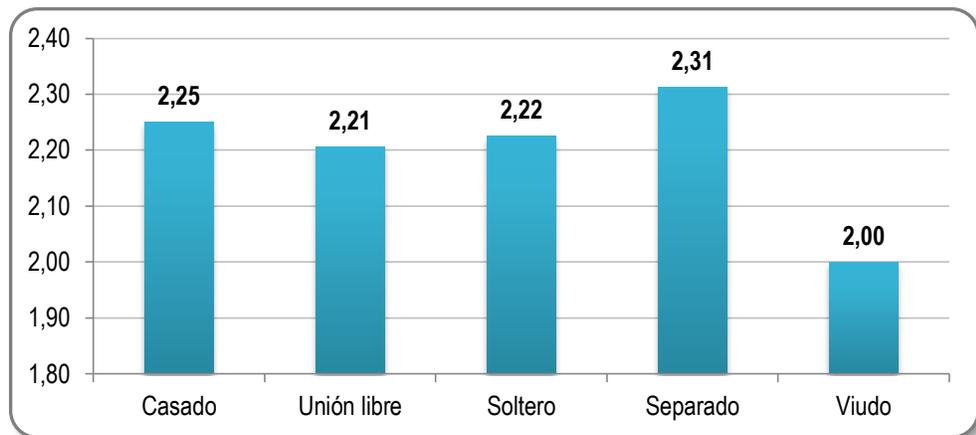
Gráfica 54. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según sexo



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Entre tanto, el análisis efectuado teniendo en cuenta el estado civil del estudiante muestra que los separados y los casados fueron los que mejores habilidades y capacidades reconocieron tener en relación con el emprendimiento, al alcanzar promedios de 2,31 y 2,25, respectivamente, que pueden ser observados en la Gráfica 55.

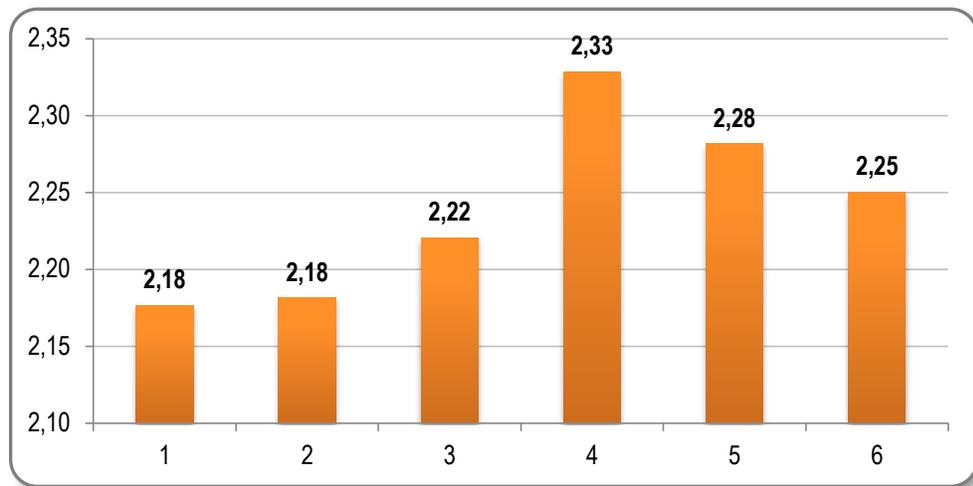
Gráfica 55. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según estado civil



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 56 exhibe la distribución de frecuencia asociada a los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades frente al emprendimiento, de parte de los estudiantes, teniendo en cuenta su estrato socioeconómico. A primera vista se aprecia que esta gráfica tiene dos segmentos, uno a la izquierda (desde el estrato 3) con los estratos más bajos, y otro a la izquierda (también desde el estrato 3) con los niveles más altos; el primero de estos segmentos se caracteriza porque sus estudiantes presentaron promedios relativamente bajos, mientras que donde se agrupan los estratos más altos, las valoraciones de las habilidades y capacidades en cuanto al emprendimiento, fueron más altas.

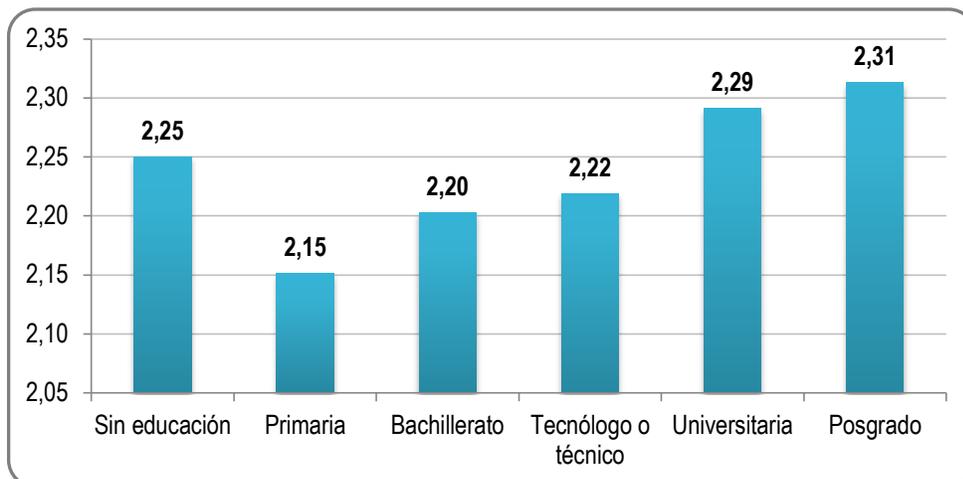
Gráfica 56. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según estrato



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según nivel educativo del padre aparecen en la Gráfica 57. Se observa que en los estudiantes con padres con alto nivel educativo, se auto-reconocen con mayores habilidades y capacidades en torno a la creación de empresas; un dato atípico fueron los alumnos con padres son educación, en los cuales el promedio de la valoración fue también relativamente alto.

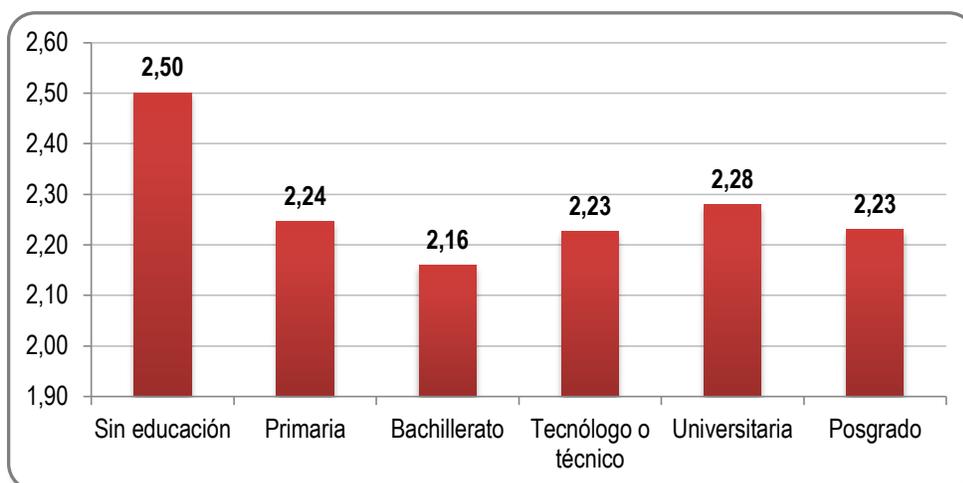
Gráfica 57. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según nivel educativo del padre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Por otro lado, la Gráfica 58 permite entender que los estudiantes cuyas madres no poseen formación educativa se auto-reconocen como poseedores de importantes habilidades y capacidades en lo concerniente al emprendimiento. De otra parte, en los restantes niveles de formación no se observa un claro patrón en torno a los promedios calculados.

Gráfica 58. Distribución de los promedios correspondientes a las habilidades y capacidades según nivel educativo de la madre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

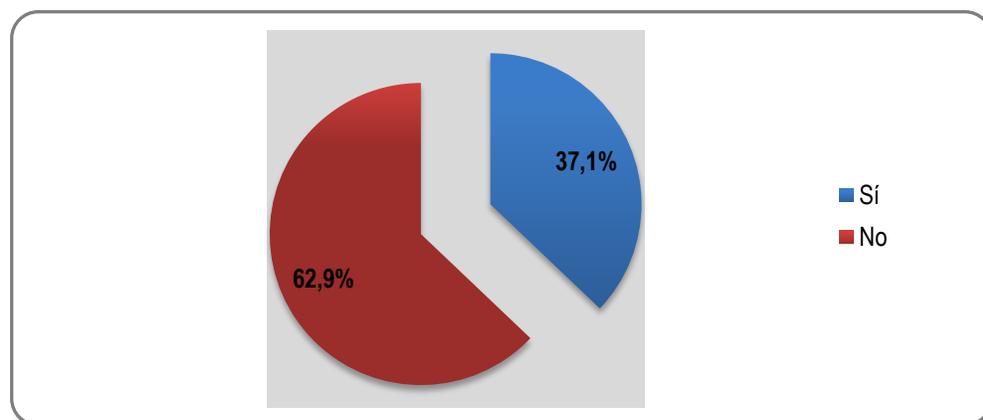
12. FORMACIÓN, EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA EN CREACIÓN DE EMPRESAS

Es de gran interés mostrar la diversas de características personales que se desarrollan en un emprendedor, llegándolo a convertir en un individuo exitoso en los proyectos empresariales que acoge. Como parte del presente capítulo se hará énfasis exclusivamente en lo relativo a la formación, educación y experiencia en creación de empresas que tienen los estudiantes del programa pregrado en Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena. En la medida en que la experiencia y la formación educativa en el emprendedor resultan de suma importancia, dado que son el medio para que el sujeto empiece a tener ideas correctas, que le permiten empezar a gestionar su propia empresa.

12.1 REALIZACIÓN DE CURSOS RELACIONADO CON EMPRENDIMIENTO

Inicialmente se buscó conocer si el estudiante había realizado cursos, materias, charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor. Luego de procesar las respuestas obtenidas, se sintetizaron los hallazgos de manera ilustrativa en la Gráfica 59, de la cual se aprecia que solo una minoría de estudiantes, que ascendió al 37,1%, fueron los que habían realizado este tipo de actividades académico-formativas, por el contrario, el restante 62,9% manifestó una respuesta negativa.

Gráfica 59. Ha realizado cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

12.1.1 Realización de cursos relacionado con emprendimiento según aspectos sociales y demográficos del estudiante s

En la Tabla 8 se presenta la realización de cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor, conjuntamente con los aspectos sociales y demográficos de los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

Se encontró que en los semestres intermedios (4° – 6°) es donde se presentó mayor concentración de estudiantes que han realizado algún estudio formativo relacionado con el espíritu emprendedor (64,52%), mientras que en los semestres inferiores solo el 26,32% lo ha hecho, y en los superiores únicamente el 32,22%.

En cuanto a la variable edad, los estudiantes con 30 – 34 años en un 50% de los casos ha cursado estudios formativos en espíritu emprendedor, a su vez, aquellos con 25 – 29 años han hecho lo propio en el 45,9%.

Para el caso de hombres y mujeres, las mayores proporciones estuvieron en aquellos que no han efectuado algún estudio en espíritu emprendedor, siendo del 68,49% y 58,14%, respectivamente.

En los estudiantes, independientemente de su estado civil, se encontró que la mayoría no ha efectuado cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor. Si bien en el caso de los separados la relación fue de 50:50, para los demás, fue claro que nunca los han efectuado, destacándose aquellos en unión libre (65%) y solteros (62,79).

En función de la variable estrato, fueron pocos los estudiantes que han efectuado estudios afines a espíritu emprendedor. Así, en el estrato más bajo (1°) solo el 17,65% de los estudiantes ha asistido a cursos, charlas, foros, algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor; en los más altos (5° y 6°) el 50% y el 0%, respectivamente ha hecho lo propio.

Por último, en el caso de la formación educativa de los parientes más cercanos del estudiante, se tiene que, aquellos con padres universitarios o posgraduados, han asistido en 43,24% y 50%, cada uno, a cursos de emprendimiento. Mientras que los que tienen madres sin educación o con título de primaria, han hecho esto el 66,67% y el 41,67%, respectivamente.

Tabla 8. Realización de cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor según aspectos sociales y demográficos de los estudiantes

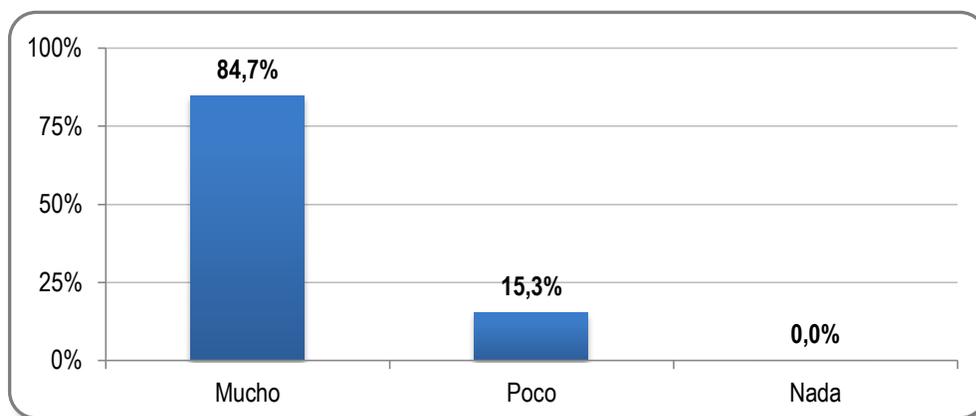
Variables ▼	Categorías de la variable ▼	Sí		No		Total	
		N	%	N	%	N	%
Semestre	Inferiores (1 - 3)	10	26,32	28	73,68	38	100,00
	Intermedios (4 - 6)	20	64,52	11	35,48	31	100,00
	Superiores (7 - 10)	29	32,22	61	67,78	90	100,00
Edad	< 20	4	23,53	13	76,47	17	100,00
	20 - 24	26	34,21	50	65,79	76	100,00
	25 - 29	28	45,90	33	54,10	61	100,00
	30 - 34	1	50,00	1	50,00	2	100,00
	> 34	0	0,00	3	100,00	3	100,00
Sexo	Hombre	23	31,51	50	68,49	73	100,00
	Mujer	36	41,86	50	58,14	86	100,00
Estado civil	Casado	3	42,86	4	57,14	7	100,00
	Unión libre	7	35,00	13	65,00	20	100,00
	Soltero	48	37,21	81	62,79	129	100,00
	Separado	1	50,00	1	50,00	2	100,00
	Viudo	0	0,00	1	100,00	1	100,00
Estrato	1	3	17,65	14	82,35	17	100,00
	2	24	48,98	25	51,02	49	100,00
	3	20	33,90	39	66,10	59	100,00
	4	8	33,33	16	66,67	24	100,00
	5	4	50,00	4	50,00	8	100,00
	6	0	0,00	2	100,00	2	100,00
Nivel educativo del padre	Sin educación	0	0,00	1	100,00	1	100,00
	Primaria	7	36,84	12	63,16	19	100,00
	Bachillerato	26	39,39	40	60,61	66	100,00
	Tecnólogo o técnico	8	25,00	24	75,00	32	100,00
	Universitaria	16	43,24	21	56,76	37	100,00
	Posgrado	2	50,00	2	50,00	4	100,00
Nivel educativo de la madre	Sin educación	2	66,67	1	33,33	3	100,00
	Primaria	10	41,67	14	58,33	24	100,00
	Bachillerato	21	37,50	35	62,50	56	100,00
	Tecnólogo o técnico	8	26,67	22	73,33	30	100,00
	Universitaria	16	40,00	24	60,00	40	100,00
	Posgrado	2	33,33	4	66,67	6	100,00

Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

12.2 MEJORAMIENTO DE COMPETENCIAS LUEGO DE REALIZAR CURSOS RELACIONADO CON EMPRENDIMIENTO

En los siguientes análisis se tuvieron en cuenta únicamente a los estudiantes que respondieron haber realizado cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor, debido a que se intentó evaluar —de acuerdo a su opinión personal— qué tanto ha incidido esto en el mejoramiento de algunos aspectos propios del espíritu emprendedor (Gráfica 60).

Gráfica 60. Mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar el curso

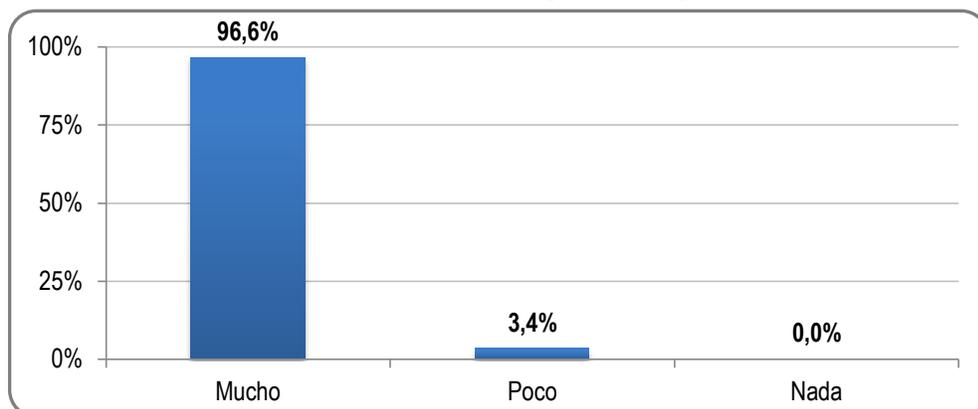


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Uno de los impactos que se esperaría luego de que un individuo se expone a los contenidos de cursos, materias, charlas, foros, o algún otro evento académico —en este caso relacionados con el espíritu emprendedor y la creación de empresas—, sería que su conocimiento al respecto mejorara.

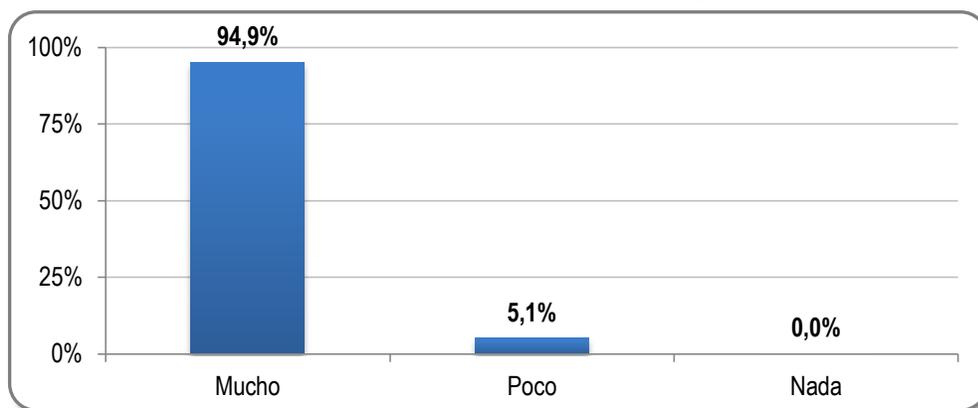
En las siguientes gráficas se observan ciertos impactos específicos. En primer lugar, en la Gráfica 61 se observa que tales eventos académicos generaron conocimiento empresarial en el 96,6% de los casos; así mismo en la Gráfica 62 se observa que el 94,9% de los estudiantes refirieron que su conocimiento mejoró mucho después de participar en estos procesos académicos; así mismo, en la Gráfica 63 sucedió lo mismo con las capacidades/habilidades necesarias para ser emprendedor, que mejoraron mucho en el 88,1% de los casos.

Gráfica 61. Generación de conocimiento empresarial luego de realizar el curso



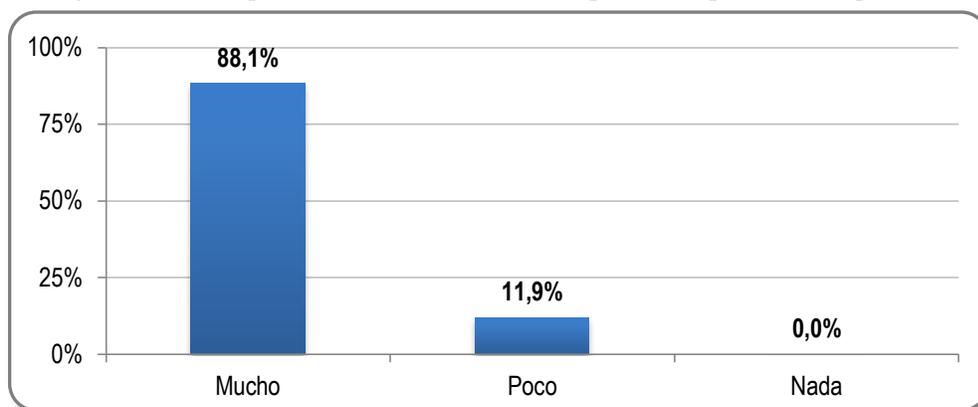
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Gráfica 62. Mejoramiento del conocimiento empresarial luego de realizar el curso



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Gráfica 63. Mejoramiento de capacidades/habilidades necesarias para ser emprendedor luego de realizar el curso

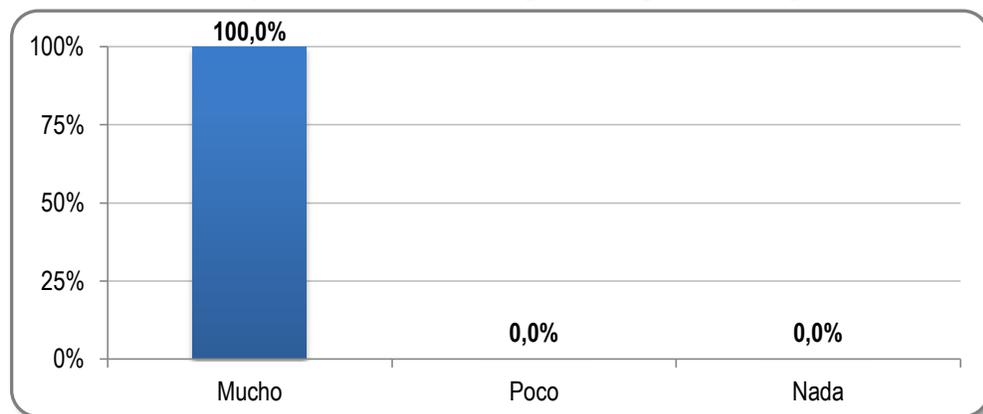


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Con esto se demuestra que los resultados fueron consistentes con los postulados relativo a que la generación de conocimiento científico es un componente fundamental de una estrategia de desarrollo integral en el surgimiento de capacidades de innovación y creación empresarial, de esta manera, una estrategia de desarrollo basada en una creciente competitividad productiva y social fundamentada en la generación de conocimientos, podría estar dirigida a gestar una sociedad más próspera, inclusiva y de bienestar, debe contar con un sector de ciencia y tecnología fuerte y dinámico, íntimamente ligado con procesos en los sectores de educación, productivo y social⁶⁶.

En línea con lo presentado anteriormente, también los resultados obtenidos con las encuestas develaron un impacto alternativo, este fue que en la totalidad de los estudiantes se generó un mayor reconocimiento de la figura del emprendedor (Gráfica 64).

Gráfica 64. Generado mayor reconocimiento de la figura del emprendedor luego de realizar el curso



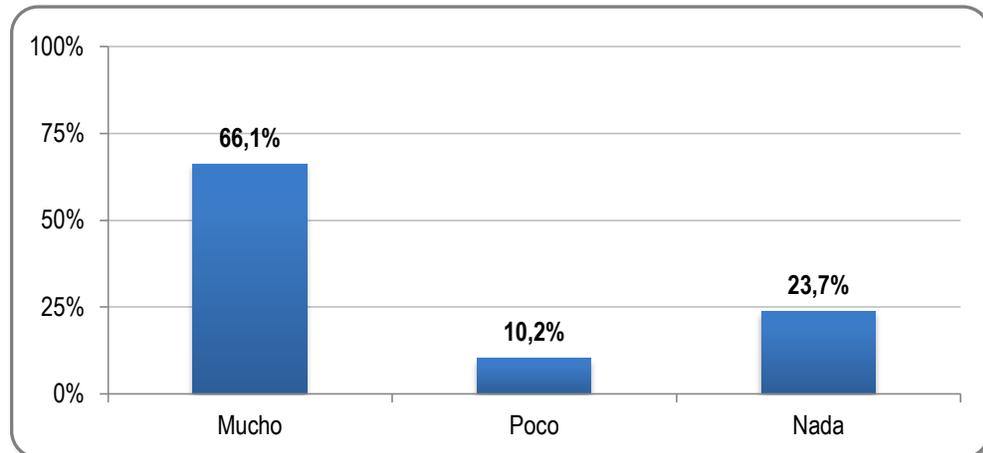
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La experiencia formativa de tipo académica, de acuerdo a la opinión de los entrevistados ha incidido de cierta manera en el hecho de que se generen preferencias en el estudiantado por ser emprendedor. Tal fue el caso del 66,1% de estos individuos, quienes declararon que fue

⁶⁶ GUTIÉRREZ, José. La importancia de la generación endógena de conocimiento científico para el sistema ciencia-tecnología-innovación. En: HERRERA, Rafael y GUTIÉRREZ, José. Conocimiento, Innovación y Desarrollo. San José: Universidad de Costa Rica, 2011, p 49-72.

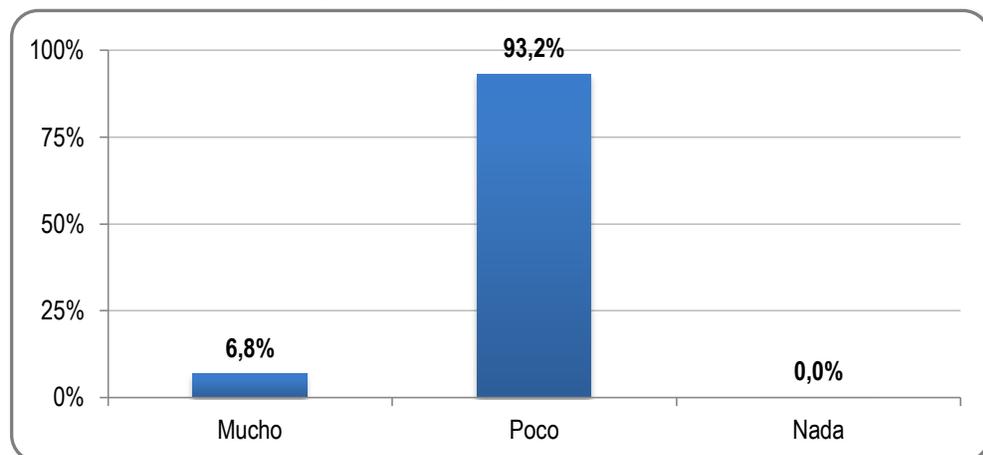
mucha la generación de este tipo de preferencia, esta mayoría contrastó con los que mencionaron que fue nada (23,7%) o poco (10,2%) (Gráfica 65).

Gráfica 65. Generado preferencia por ser emprendedor luego de realizar el curso



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Gráfica 66. Generación de promoción del espíritu emprendedor luego de realizar el curso



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

El único aspecto en el cual la mayoría de estudiantes reconoció que se generó poco impacto fue en la generación de promoción del espíritu emprendedor (93,2%). Este resultado debe ser comentado y precisado, en especial porque estas habilidades afines a la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como con la habilidad para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos, posiblemente los estudiantes las poseían con

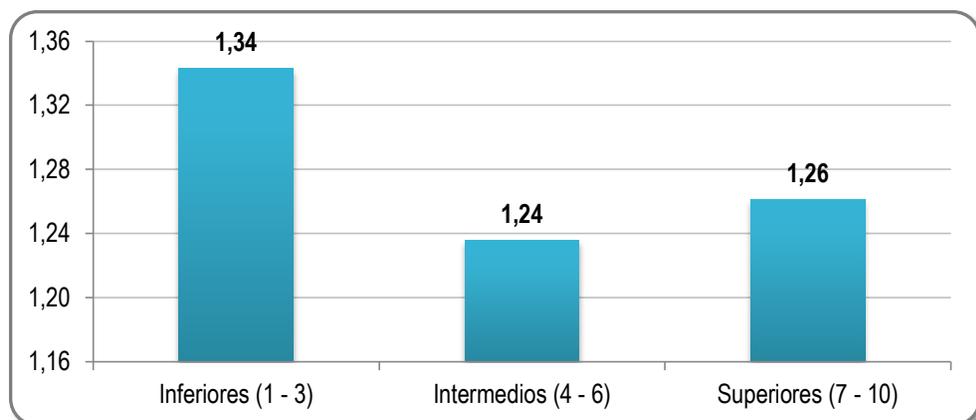
anterioridad a la realización de cursos, materias, charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor, luego entonces el curso, solo en este sentido, podría haber tenido poco impacto, lo cual no significa que estas iniciativas sean inútiles, sino que muy probablemente son justas y necesarias en otros contextos.

12.2.1 Mejoramamiento de competencias luego de realizar curso relacionado con emprendimiento según aspectos sociales y demográficos del estudiante

En esta parte del documento se muestra el análisis concerniente al mejoramiento de las competencias en los estudiantes luego de realizar cursos relacionados con emprendimiento, en función de sus aspectos sociales y demográficos. En este caso, los promedios que se presentan tienen un rango posible de valores comprendidos entre 1 y 3, en donde 1 es mucho y 3 es nada; es decir, entre más bajo sea el valor del promedio, mayor es el mejoramiento en lo que se refiere a las competencias en creación de empresas.

La Gráfica 67 contiene información sobre la distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según semestre. En esta se observa que los estudiantes de semestres intermedios fueron quienes en mayor medida mejoraron (1,24), cuando se les compara con aquellos de semestres más altos (1,26) o más bajos (1,34).

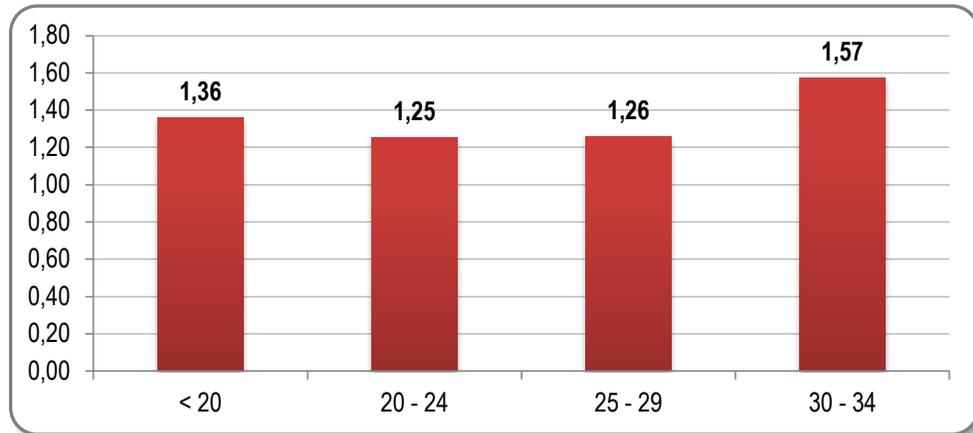
Gráfica 67. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según semestre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Al tener en cuenta la variable edad, se encontró que la situación fue mejor en los estudiantes de los rangos ubicados por debajo de los 30 años, sobre todo en los pertenecientes al conjunto de 20 – 24 años, cuyo promedio fue de 1,25, así como de 25 – 29 años, con una media que alcanzó 1,26 (Gráfica 68).

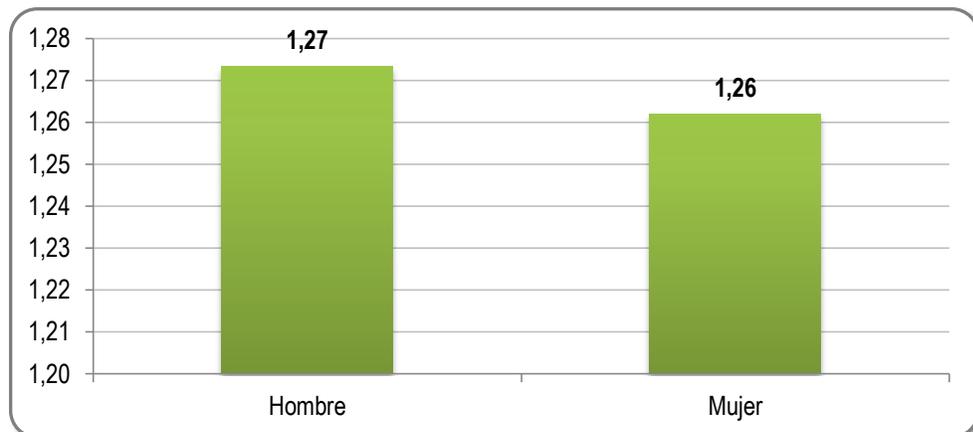
Gráfica 68. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según edad



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 69 sugiere que, entre hombres y mujeres, las diferencias son muy pequeñas en cuanto los promedios sobre las apreciaciones relativas al mejoramiento en emprendimiento luego de hacer cursos, talleres, etc., de formación en espíritu emprendedor.

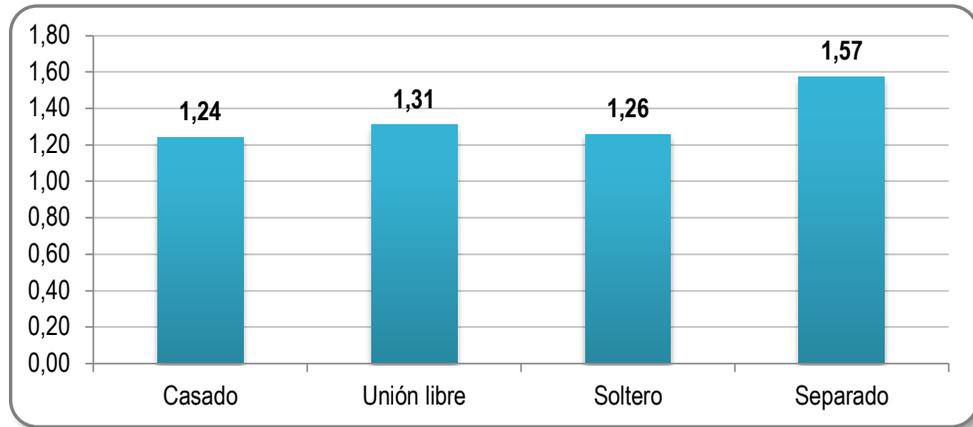
Gráfica 69. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según sexo



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

El estado civil se muestra en la Gráfica 70, de esta se puede afirmar que los estudiantes separados fueron los que en peor situación relativa se encontraron en cuanto al mejoramiento de su educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos afines, pues su promedio de 1,57 fue el más alto entre todas las categorías.

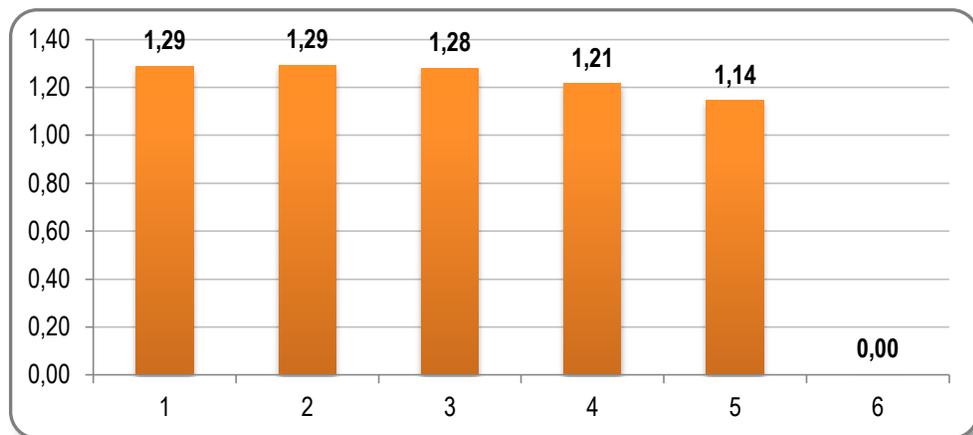
Gráfica 70. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según estado civil



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Según el estrato, la Gráfica 71 sugiere que, a medida que el estrato del estudiante se incrementa, el mejoramiento de su formación en espíritu emprendedor también, pues los promedios estimados tienden a decrecer.

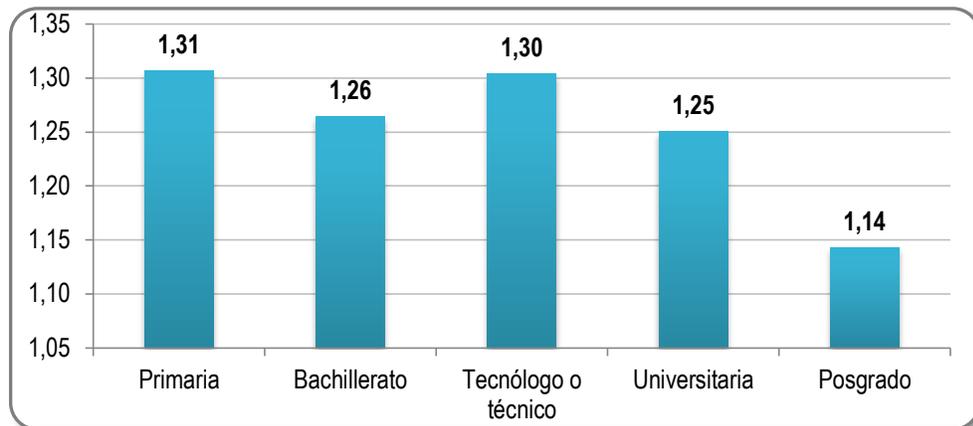
Gráfica 71. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según estrato



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

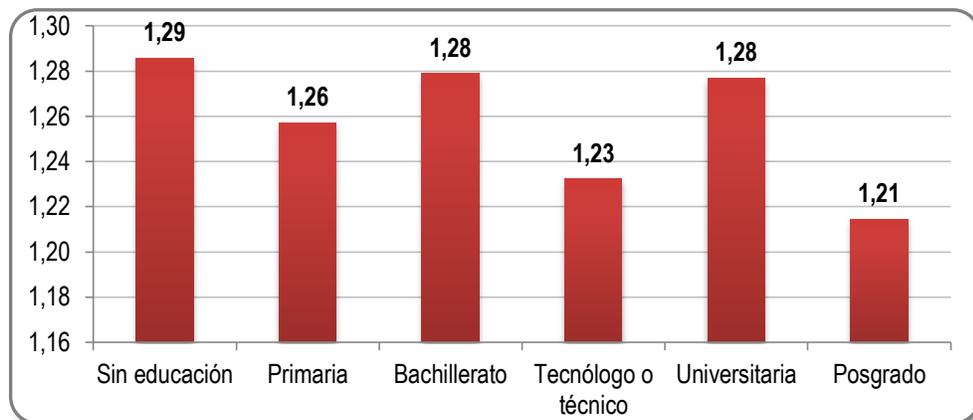
En esta última parte se muestra información sobre el mejoramiento del nivel de educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos en esta temática, de acuerdo a los niveles de formación del padre y la madre. En primer lugar, la Gráfica 72 no sugiere un patrón claro en lo que respecta a la educación del padre, sin embargo, cabe mencionar que aquellos con papás de formación posgraduada exhibieron los mejores resultados (1,14) respecto al resto. Por otro lado, la Gráfica 73 muestra la situación en cuanto a las madres, los estudiantes con mamás posgraduadas y tecnólogas/técnicas, presentaron el mejor desempeño (1,21 y 1,23, respectivamente).

Gráfica 72. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según nivel educativo del padre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Gráfica 73. Distribución de los promedios correspondientes a las apreciaciones sobre mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor luego de realizar cursos según nivel educativo de la madre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

12.3 SUGERENCIAS PARA FUTUROS CURSOS DE EMPRENDIMIENTO

Con el ánimo de obtener sugerencias de los estudiantes en torno a cuáles actividades considera importantes y necesarias, como parte de los contenidos de un curso de emprendimiento, se procedió a la elaboración de la Gráfica 74. En esta se observa que, si bien todas las actividades son reconocidas como importantes por la mayoría del estudiantado, hubo algunas que se destacaron, tales como ‘contacto o las prácticas con expertos o emprendedores locales’ (96,2%) y la elaboración de un plan de negocios (93,7%).

Gráfica 74. Actividades que considera importantes en los contenidos de un curso de emprendimiento



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

13. MOTIVOS Y FRENOS QUE INCIDEN EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS

La finalidad de este último capítulo del presente proyecto de investigación consistió en identificar y describir los motivos y los frenos que inciden en que el estudiante de pregrado de Administración de Empresas cree su propia organización. Para ello se consideró que la creación de empresas se visualiza como herramienta para combatir circunstancias económicas adversas, sobre lo cual se encontró que esta creación por lo general no responde a motivos positivos, sino más bien a factores negativos, entre los cuales aparecen el desempleo, despido, falta de seguridad en el empleo, bloqueo de la promoción en su empresa o el puesto actual⁶⁷; en general, se abordan este y otros puntos a continuación.

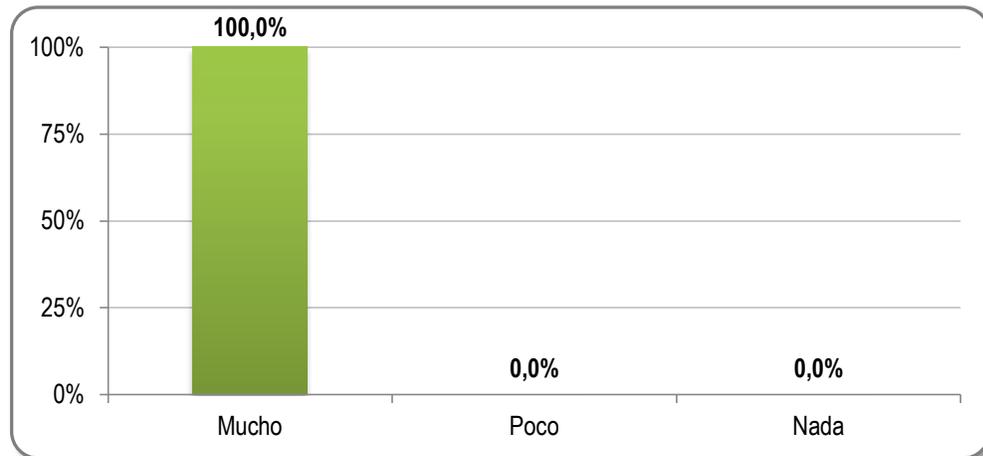
13.1.1 Los motivos

Se reveló, gracias a la información obtenida, que las recompensas económicas (incrementar ingresos, etc.) constituyen un motivo para crear empresa en la totalidad de los estudiantes (Gráfica 75). Este resultado contrasta con aquello que se observa para los individuos asalariados, para los cuales la remuneración es uno de los factores que poco incita a la creatividad, ya que el dinero como tal no es motivo para que el empleado se sienta apasionado por su labor, pues la base de la motivación intrínseca son la pasión y el interés. El interés de hacer su trabajo, la satisfacción y el reto del mismo, son el motor de cada uno de las personas para despertar la creatividad y hacer más apasionante su trabajo⁶⁸

⁶⁷ APONTE, Marínés. Factores condicionantes de la creación de empresas en puerto rico: un enfoque institucional. Universitat Autònoma de Barcelona: Barcelona, nd.

⁶⁸ TORO, Natalia, OCHOA, Luz y VARGAS, Adrián. Clima organizacional: promotor de la creatividad en la empresa. En: Revista Creando. 2005, vol. 2, no. 3. p 1-7.

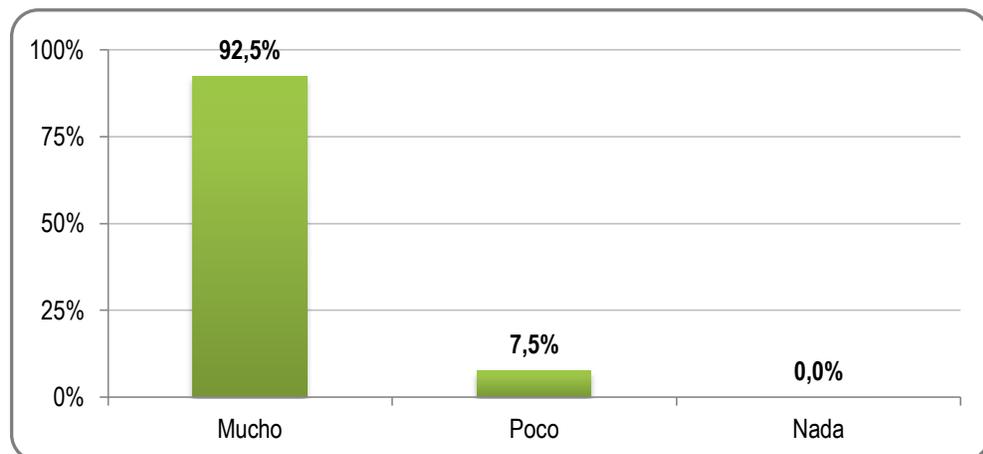
Gráfica 75. Valoración respecto a que las recompensas económicas (incrementar ingresos, etc.) constituyen un motivo para crear empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

También se pidió valorar qué tanto la independencia y la autonomía (libertad personal, ser tu propio jefe, etc.) que se generan al poner en marcha una empresa propia constituyen un motivo para crearla. En la Gráfica 76 es evidente que la mayoría de estudiantes creen que ‘mucho’, con el 92,5%, solo una minoría expresó que ‘poco’, ascendiendo apenas al 7,5%.

Gráfica 76. Valoración respecto a que la independencia/autonomía (libertad personal, ser tu propio jefe, etc.) constituye un motivo para crear empresa

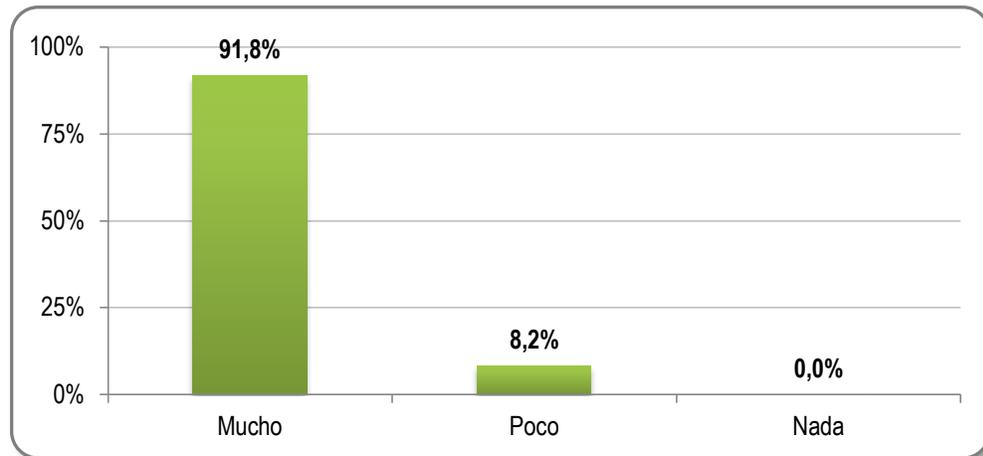


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Entre tanto, las recompensas personales que surgen al poner en marcha una empresa, tales como el reconocimiento público, crecimiento personal, probar que la persona es capaz de

hacerlo, son muy valoradas por los entrevistados, encontrándose en una proporción del 91,8% del total del estudiantado (Gráfica 77).

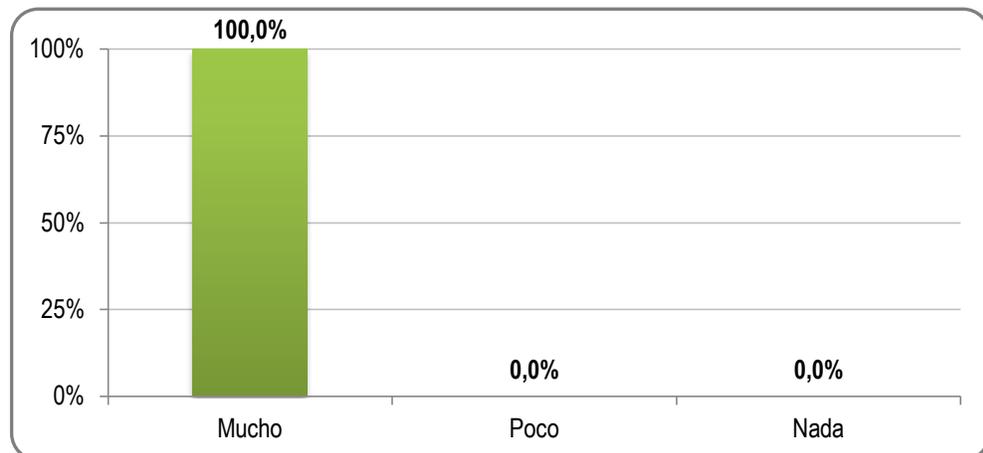
Gráfica 77. Valoración respecto a que las recompensas personales (reconocimiento público, crecimiento personal, probar que soy capaz de hacerlo, etc.) constituyen un motivo para crear empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Todos los estudiantes reconocieron, a su vez, que valoran mucho la seguridad familiar y personal — al asegurar su futuro y el de su familia, o por tradición familiar— a la hora de poner en marcha un negocio (Gráfica 78).

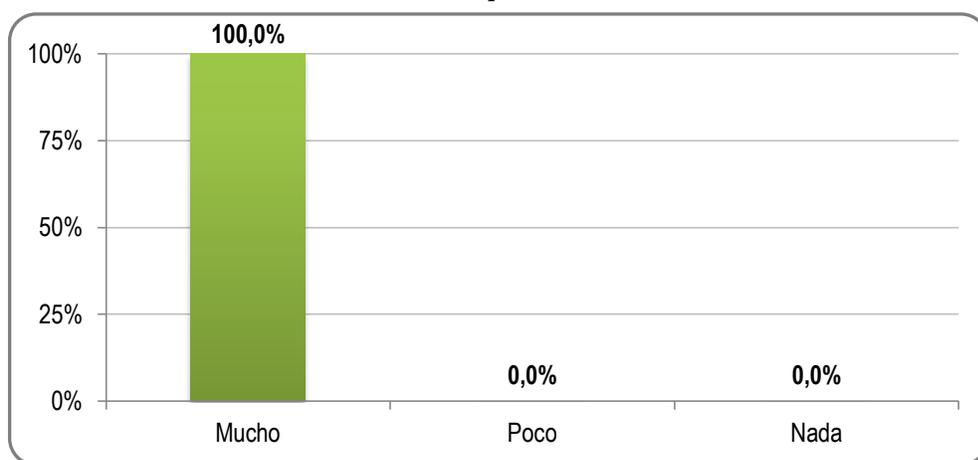
Gráfica 78. Valoración respecto a que la seguridad familiar y personal (asegurar mi futuro y el de mi familia, tradición familiar, etc.) constituye un motivo para crear empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Otro de los motivos que se pidió calificar correspondió a invertir y conseguir un patrimonio personal. Al respecto, todos los estudiantes analizaron coincidieron en que es mucha la valoración que le tienen al respecto, tal como se observa en la Gráfica 79.

Gráfica 79. Valoración respecto a que invertir y conseguir un patrimonio personal constituye un motivo para crear empresa



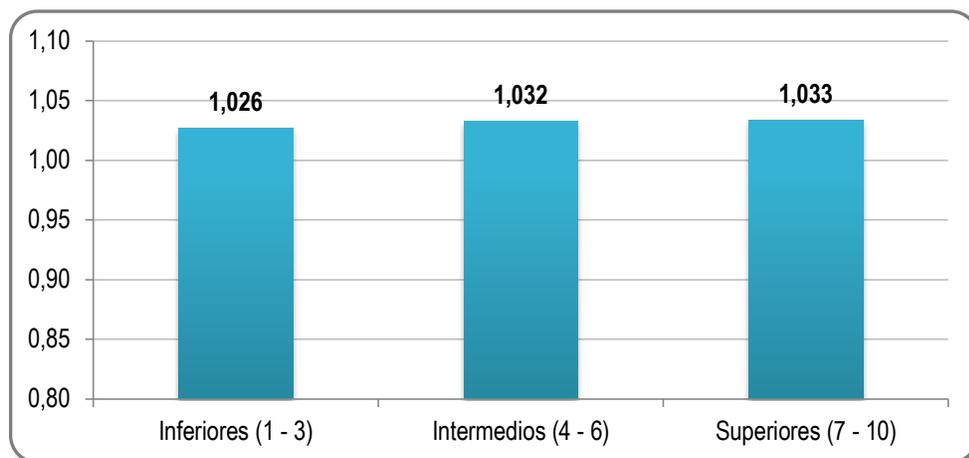
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

13.1.1.1 Motivos según aspectos sociales y demográficos del estudiante

En lo que concierne a los motivos que pueden tener los estudiantes de Administración de Empresas para crear negocios, se encontró lo siguiente. Cabe mencionar que para este análisis también se tuvo en cuenta un procedimiento estadístico, a través del cual se calcularon los promedios para los ítems dentro del conjunto de motivos considerados; los promedios comprenden un rango entre 1 y 3, siendo 1 cuando el estudiante tiene muchos motivos para crear empresa, y 3 cuando no lo tiene.

Se parte de considerar la Gráfica 80, según la cual, independiente del semestre en que se encuentre el estudiante, el nivel promedio de motivos no diverge notablemente; obsérvese que para los semestres inferiores se ubicó en 1,026, para los intermedios en 1,032, y para los superiores en 1,033.

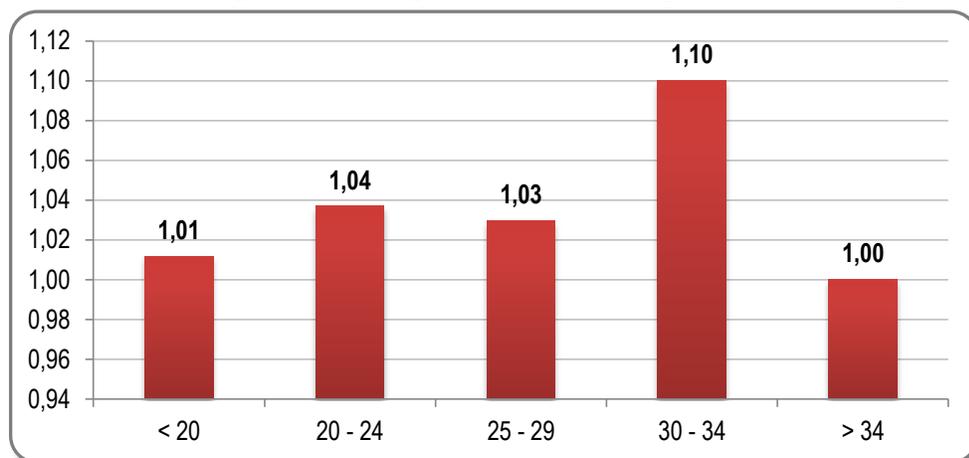
Gráfica 80. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según semestre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

En el ámbito de la variable edad, se aprecia en la Gráfica 81 que los estudiantes con 30 – 34 años fueron los que en promedio menos motivos presentaron a la hora de emprender la creación de una empresa, con 1,1. En contraste, los mayores de 34 años exhibieron un mejor valor promedio, siendo de 1.

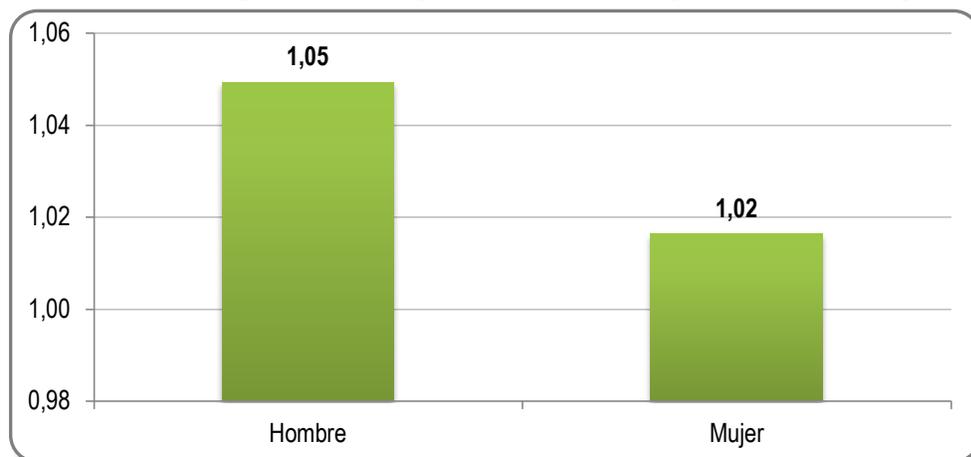
Gráfica 81. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según edad



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 82 presenta la distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según sexo. Se puede afirmar que los estudiantes que son hombres presentan menos motivos para emprender (1,05) en comparación con las mujeres (1,02).

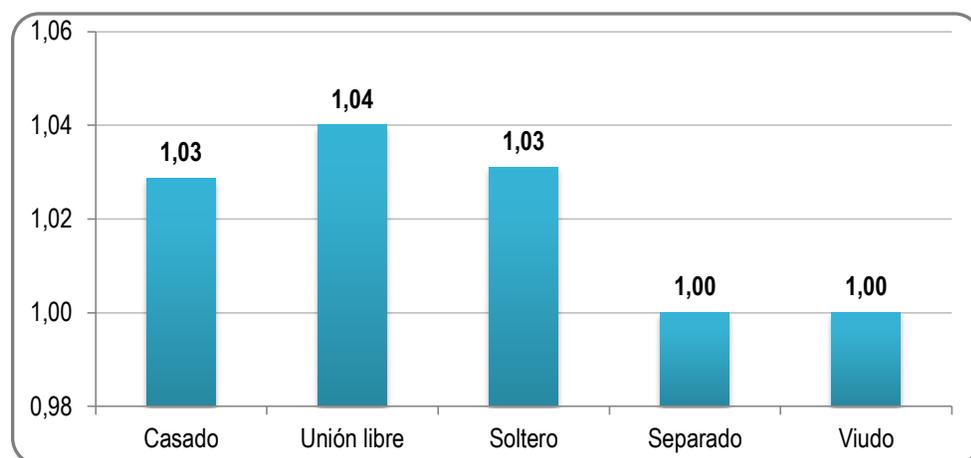
Gráfica 82. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según sexo



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

En relación con el estado civil, se encontró que los separados y los viudos fueron las categorías con mejores valores a la hora de tener motivos para crear empresa, siendo de 1,00 en cada caso, tal como se tiene en la Gráfica 83.

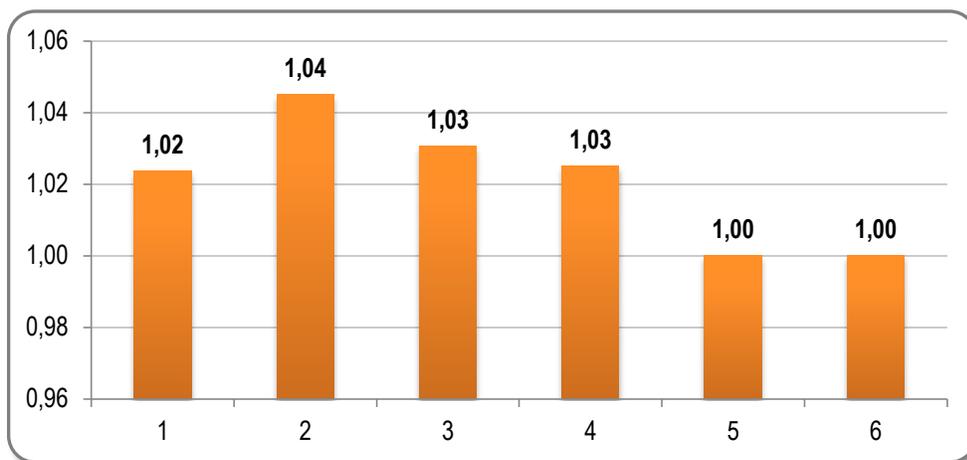
Gráfica 83. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según estado civil



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 84 se refiere al estrato, nótese que a partir del estrato 2 los valores promedio comienzan una senda decreciente, ante lo cual se puede decir que a medida que el estrato aumenta, se presentan más motivos para emprender la creación de una firma.

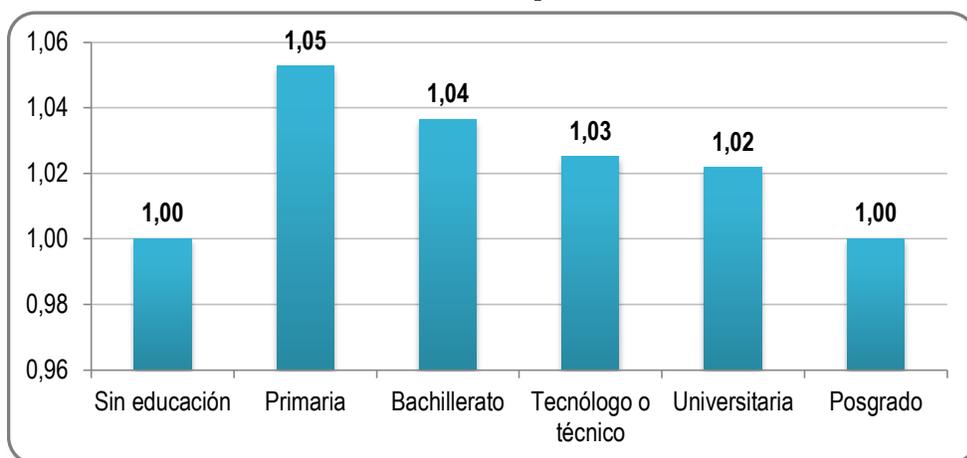
Gráfica 84. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según estrato



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

De manera similar ocurrió con el nivel educativo del padre, en este caso, a medida que asciende la formación de este miembro de la familia, mayores motivos presentan los estudiantes para crear empresa, por ejemplo, cuando la formación es la correspondiente a primaria, el promedio es de 1,05, mientras que cuando es de posgrado, éste desciende a 1; este último valor es igual al de los padres sin educación, sin embargo, este puede considerarse como valor atípico.

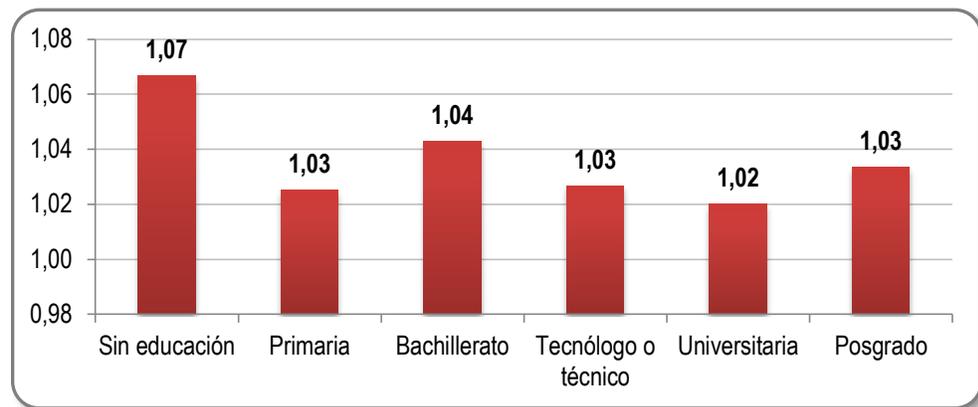
Gráfica 85. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según nivel educativo del padre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

También se tuvo en cuenta el nivel educativo de la madre, frente a esto, la Gráfica 86 sugiere que no existe un patrón aparente entre esta variable y los motivos para la creación de empresa de parte del estudiante. Si bien esto se evidenció a primera vista, es posible afirmar que los estudiantes hijos de madres sin educación tienen menos motivos para emprender que el resto de los casos estudiados.

Gráfica 86. Distribución de los promedios correspondientes a los motivos para la creación de empresa según nivel educativo de la madre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

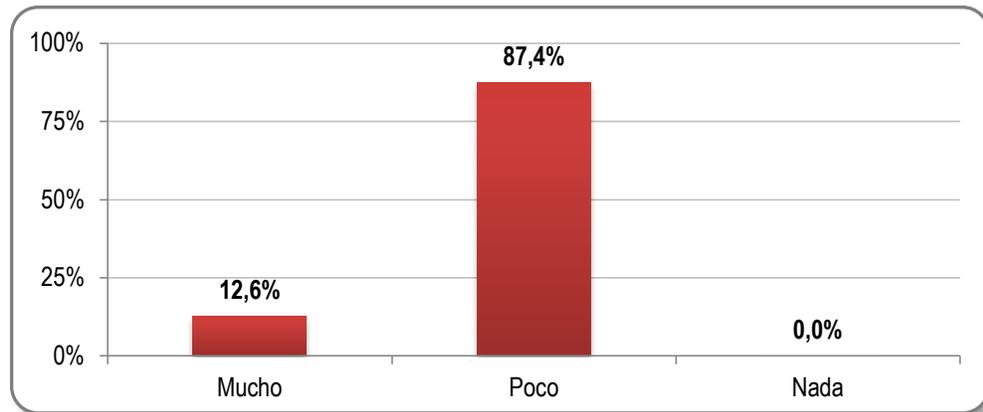
13.1.2 Los frenos

En el ámbito de los frenos, se observó un patrón de acuerdo al cual en diversos ítems los estudiantes responden que influyen poco o nada en la decisión de crear una empresa. Esto puede tener explicación en el hecho de que los estudiantes son conscientes de los eventuales obstáculos, limitaciones y problemas, que implica establecer una organización de ese tipo, por tanto, afrontan con responsabilidad y coherencia el eventual papel de emprendedor, aduciendo que alguno de los aspectos que se analizan a continuación, realmente poco influyen en su decisión.

La Gráfica 87 contiene información de la valoración respecto a que el riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc.) constituye un freno para crear empresa. Ante esto, el 87,4% de los estudiantes

incluidos en el estudio respondió que es realmente poco, solo el 12,6% aduce que es mucha su valoración.

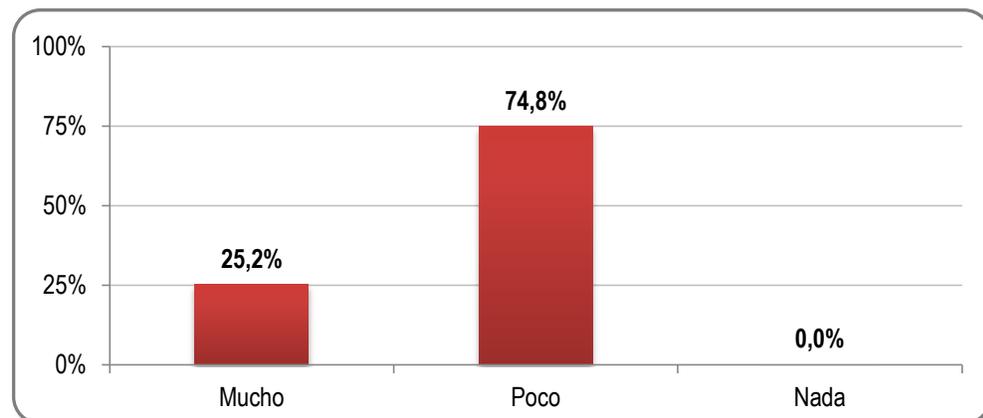
Gráfica 87. Valoración respecto a que el riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc.) constituye un freno para crear empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

En el caso de la valoración respecto a que el tiempo limitado para otras actividades, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja, etc.) constituyen un freno para crear empresa, que se aprecia en la Gráfica 88, se reconoce como poco influyente, en la medida en que lo conformó una mayoría conformada por el 74,8% de los estudiantes; en este caso el 25,2% del total indicó que es mucha la influencia (Gráfica 88).

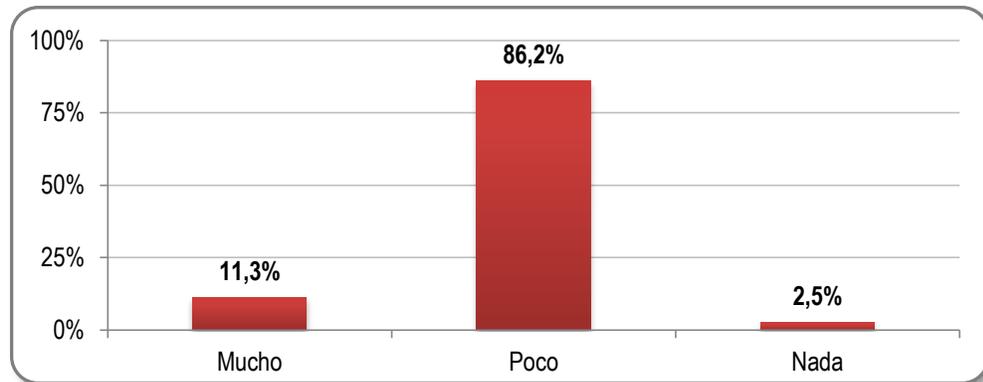
Gráfica 88. Valoración respecto a que el tiempo limitado para otras actividades, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja, etc.) constituyen un freno para crear empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Continuando con el mencionado patrón detectado, otro ítem con un desempeño similar a los anteriores fue el que aparece en la Gráfica 89, es decir, la valoración respecto a que el desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa constituyen un freno para crearla. Si bien prácticamente todos los encuestados declararon que es poca la limitación que representa (86,2%), la minoría expresó que es mucha tal influencia (11,3%).

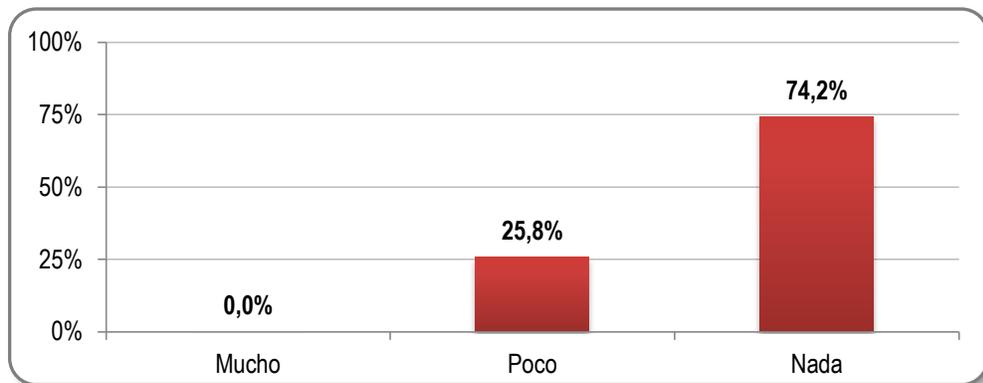
Gráfica 89. Valoración sobre si el desconocimiento de las regulaciones para crear una empresa son un freno para crearla



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Incluso, hubo frenos que en realidad no influyen en nada —para la mayoría de los estudiantes— a la hora de crear una organización. Tal fue el caso del temor a fracasar y quedar en ridículo; en particular, el 74,2% de los estudiantes de Administración de Empresas lo considera así, tal como se observa en la Gráfica 90. Solo el 25,8% considera que esto influye un poco en su decisión de emprendimiento.

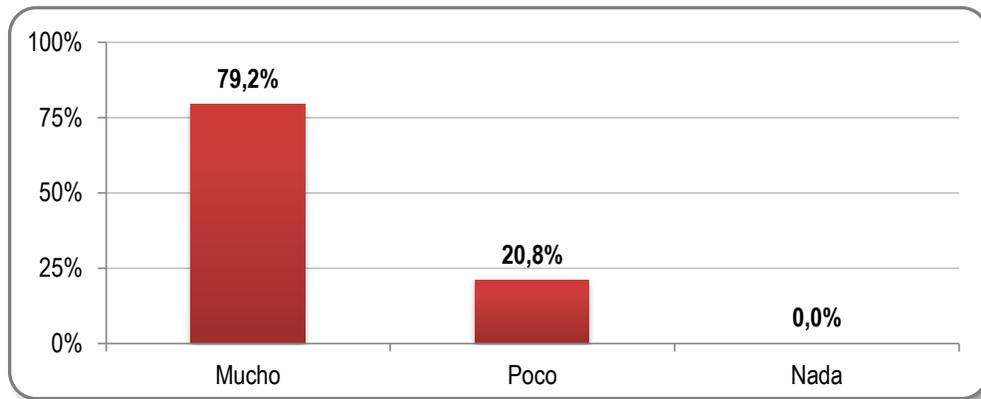
Gráfica 90. Valoración respecto a que el temor a fracasar y quedar en ridículo constituyen un freno



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Se dejó para el final de este capítulo aquellos frenos que en una proporción relativamente alta, los estudiantes consideran que su influencia es mucha a la hora de constituir una empresa. En la Gráfica 91 aparecen los reparos financieros o de capital, es decir, si la falta de capital inicial es un freno; tal como se esperaba, efectivamente se confirmó que este representa un freno importante, por lo menos para el 79,2% de los estudiantes, aunque para el 20,8% restante incide poco.

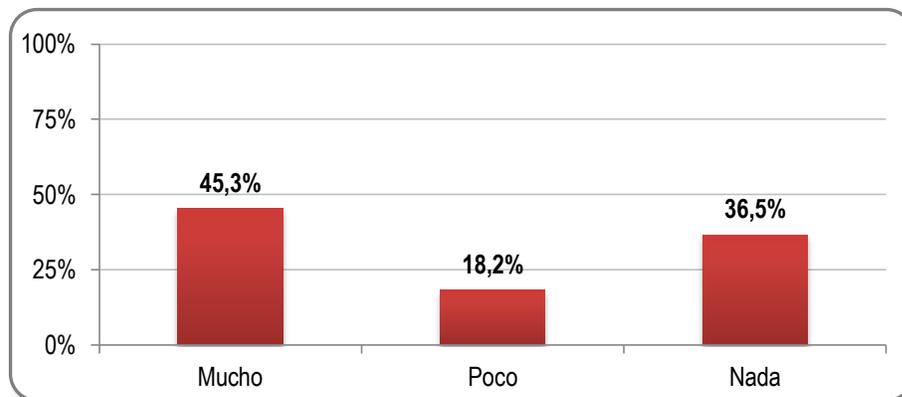
Gráfica 91. Valoración respecto a que los reparos financieros o de capital (falta de capital inicial) constituyen un freno para crear empresa



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

De manera análoga a lo anterior, aunque con una tendencia menos evidente, las cargas fiscales representan un freno muy relevante para el 45,3% de los encuestados. Aunque para otro porcentaje importante (36,5%) resultó nula su influencia (Gráfica 92).

Gráfica 92. Valoración respecto a que las cargas fiscales constituyen un freno para crear empresa



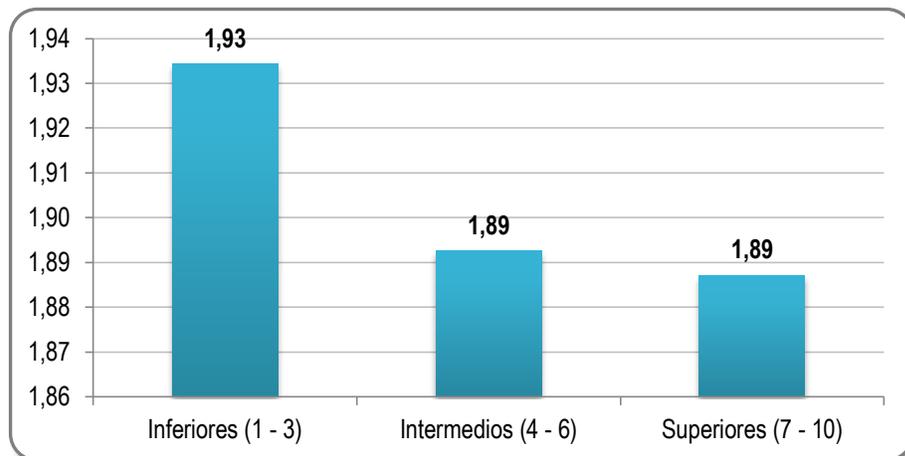
Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

13.1.2.1 Frenos según aspectos sociales y demográficos del estudiante

En esta otra parte del documento se examinan, describen y analizan los frenos que los estudiantes presentan para crear empresa, tomando en consideración los aspectos sociales y demográficos que los distinguen. Cabe mencionar que para este análisis también se efectuaron algunos procedimientos estadísticos, a través de los cuales se estimaron los promedios para los ítems dentro del conjunto de frenos considerados; los promedios comprenden un rango entre 1 y 3, siendo 1 cuando el estudiante tiene muchos frenos para crear empresa, y 3 cuando no lo tiene.

La Gráfica 93 muestra los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según el semestre que cursa el estudiante encuestado, destacándose aquellos de los niveles inferiores en cuanto que poseen en menor medida frenos para crear empresas, toda vez que su media fue de 1,93, resultando relativamente alta al compararla con los de los demás semestres.

Gráfica 93. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según semestre

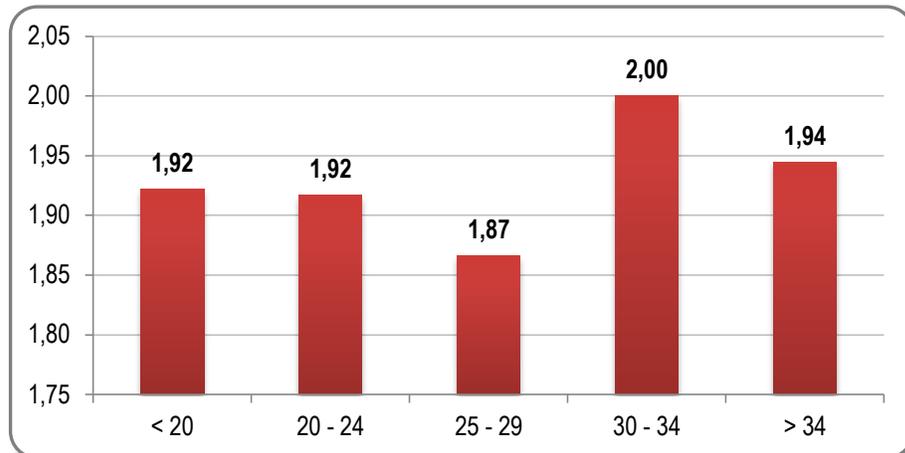


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

En el caso de la edad y los frenos para crear empresas, no se aprecia una tendencia totalmente clara, tal como se deduce de la Gráfica 94. Sin embargo, se debe anotar que los

estudiantes de 30 – 34 años fueron los que menores frenos reconocen (promedio = 2), en comparación con los de 25 – 29 años (promedio = 1,87).

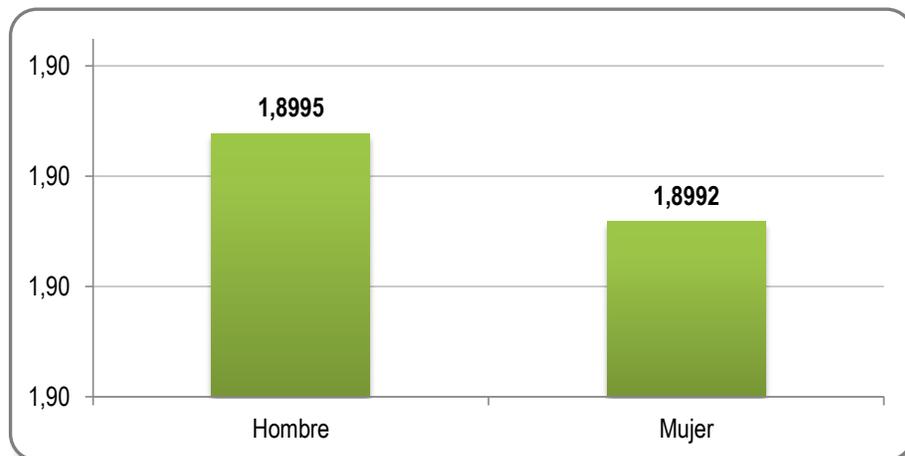
Gráfica 94. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según edad



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Cuando se analizó el género conjuntamente con los frenos para la creación de empresas, se observó que las diferencias fueron prácticamente nula, tal como lo dan a entender los valores representados en la Gráfica 95.

Gráfica 95. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según sexo

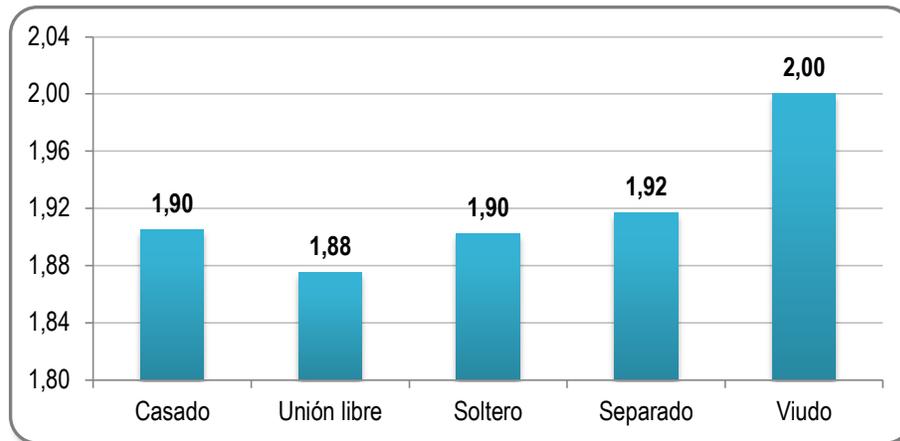


Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Ahora bien, el estado civil de los estudiantes presentó algunas regularidades interesantes que cabe mencionar. De acuerdo a la Gráfica 96, los alumnos viudos reconocen que

presentan menos frenos para emprender (promedio = 2), en comparación con los demás estados, sobre todo el correspondiente a unión libre (1,88), casado (1,9) y soltero (1,9).

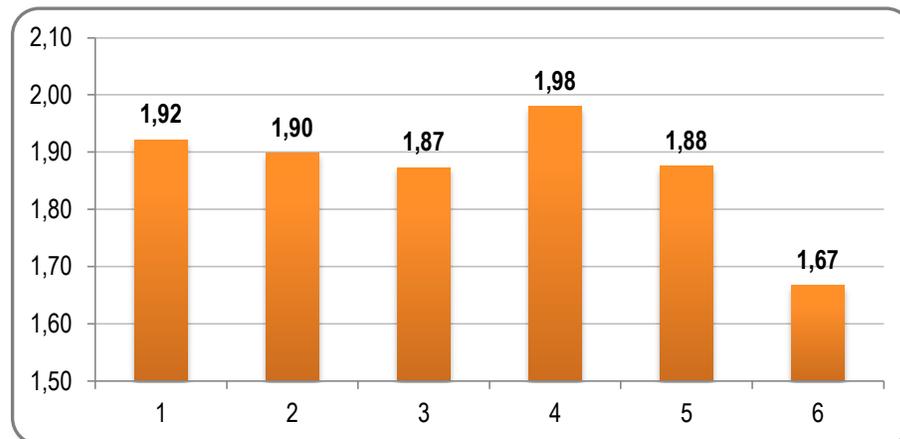
Gráfica 96. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según estado civil



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

La Gráfica 97 se refiere a la distribución de frecuencias de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según estrato. Si bien, las cifras fueron relativamente similares entre los estratos 1 – 5, en el estrato 6 se observa el menor valor de la serie (1,67) por tanto, se puede afirmar que estos estudiantes reconocen que tienen muchos frenos a la hora de emprender.

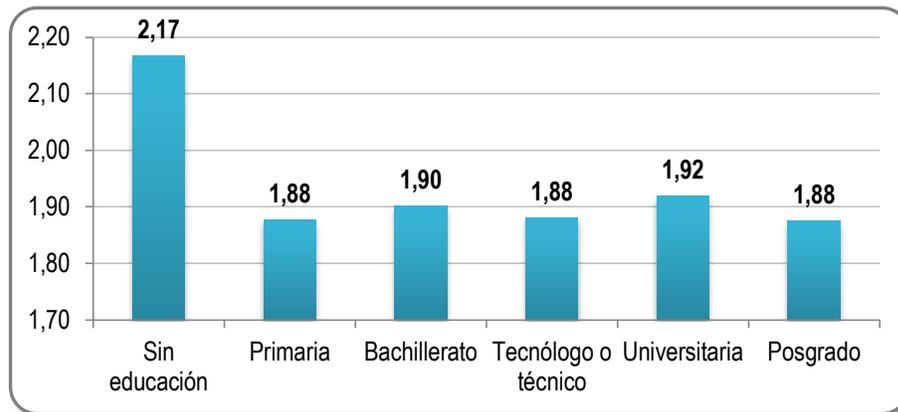
Gráfica 97. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según estrato



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Dentro de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según nivel educativo del padre, se evidenció, gracias a la Gráfica 98, que aquellos estudiantes hijos de papás sin formación educativa presentaron menor existencia de frenos a la hora de emprender (2,17), en comparación con el resto de las categorías que aparece en la mencionada distribución de frecuencias.

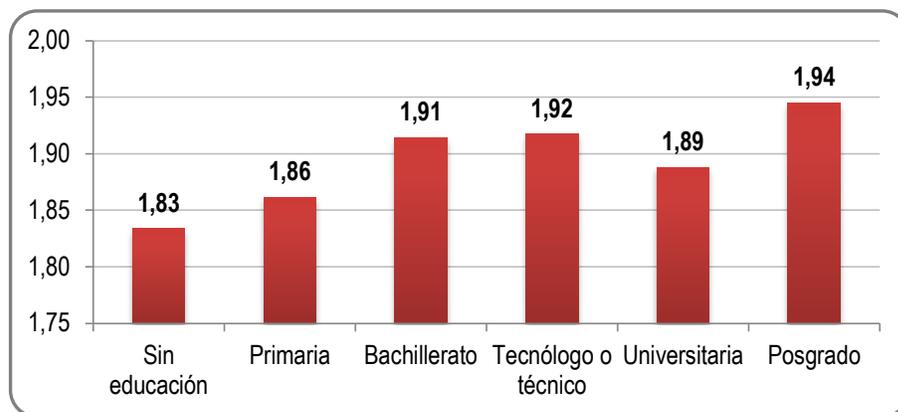
Gráfica 98. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según nivel educativo del padre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

Finalmente, en lo que respecta al nivel educativo de la madre, puede afirmarse que no se aprecia un claro patrón al relacionarlo con los frenos que enfrentan los estudiantes a la hora de emprender (Gráfica 99).

Gráfica 99. Distribución de los promedios correspondientes a los frenos para la creación de empresa según nivel educativo de la madre



Fuente: Encuesta sobre caracterización de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas

14. CONCLUSIONES

Con la realización de la presente investigación se tuvo una caracterización importante de la actitud emprendedora, en particular, del caso de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena. Con esto se logró un aporte en el debate actual, por cuanto que en la actividad económica resulta evidente el papel fundamental que juegan los emprendedores dentro del desarrollo de las comunidades y el país, y más aún si ésta guarda relación con el entorno universitario.

Dentro de las conclusiones obtenidas en el estudio se tienen, en primer lugar aquellas en torno a los aspectos sociales, económicos y demográficos, ante lo cual se puede afirmar que predominaron los estudiantes de semestres superiores, están comenzando la juventud, principalmente fueron mujeres, se destacaron por su soltería, son de la clase media, sus padres tiene formación de bachilleres (siendo principalmente empleados particulares y amas de casa). Además, en el ámbito laboral, se concluye que la mayoría es trabajador, además de estudiante, su actividad laboral la ejercen en empresas privadas, recibiendo en la mayoría de los casos una remuneración en torno al salario mínimo, y que resulta mayor en los hombres, en aquellos de estratos altos y dentro de las empresas familiares.

Los resultados en torno a la intención emprendedora sugieren que esta no se encuentra completamente definida entre los estudiantes de administración de empresas; solo una relativa minoría expresó que tiene claridad en su intento emprendedor. A pesar de esto, son pocas las preferencias de trabajar como asalariado y como profesional independiente, antes bien, fueron muchos los atraídos hacia trabajar como empresarios. Entre tanto, los estudiantes que mayor intención emprendedora presentaron fueron aquellos de los semestres intermedios, las mujeres, mayores de 20 años, los que conviven en unión libre, los casados y los solteros, en contraste, los estudiantes con padres sin formación educativa, con nivel primaria, secundaria, universitaria o posgrado, presentan poca intención emprendedora.

Otra de las conclusiones fue que los estudiantes estuvieron de acuerdo con que crear empresa es fácil, la carrera emprendedora es atractiva, sus familiares y amigos aprueban esta decisión, se reconocen capaces de crear empresa, además, esto les reportaría satisfacción, además de mayores ventajas que inconvenientes. De acuerdo a las características de los estudiantes, se evidenció que las mejores apreciaciones sobre la imagen social del emprendedor están en los estudiantes del primero al tercer semestre, los mayores de 34 años, de sexo mujer, viudos y separados.

Por otro lado, las consideraciones frente a la imagen social del emprendedor llevan a concluir que los estudiantes, en su familia valoran la profesión de emprendedor, reconocen que la cultura del país es favorable y reconoce la actividad emprendedora, los amigos no reconocen la profesión de emprendedor por encima de otras, y no creen que en el país los emprendedores se aprovechen de las personas.

Se constató que los estudiantes se autorreconocen como hábiles y capaces en diversos aspectos afines al emprendimiento, la toma de decisiones, el liderazgo y las relaciones humanas, en particular, se calificaron como buenos a la hora de seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia, negociar con un proveedor mejores precios, reconocer el potencial de una idea u oportunidad, reclutar a los empleados idóneos, convencer a un cliente de probar un nuevo producto, escribir un plan de negocios, trabajar productivamente bajo estrés continuo y convertir un avance científico exitoso en una aplicación práctica. A su vez, se estableció que los alumnos que se auto-reconocieron poseedores de mejores habilidades y capacidades sobre emprendimiento estuvieron en los semestres intermedios, habían cumplido 30 – 34 años, eran mujeres, de estado civil separado y casado, así como los pertenecientes a los estratos más altos (4 al 6).

Del lado de la formación, la educación y la experiencia en creación de empresas se determinó que fueron relativamente pocos los estudiantes que han realizado cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor. Estos permitieron concluir que las mayores bondades de los cursos fueron el mejoramiento de la educación en espíritu emprendedor, en conocimiento empresarial, la

generación de mayor reconocimiento de la figura del emprendedor, el incremento de la preferencia por ser emprendedor, la formación de capacidades y habilidades necesarias para ser emprendedor, así como la consolidación de conocimiento empresarial. El único aspecto en donde el impacto fue poco correspondió a la promoción del espíritu emprendedor, quizás porque el estudiantado presentó con anterioridad a la realización de los cursos, las habilidades afines a la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como otras, para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos.

Se determinó que existen diversos aspectos que los estudiantes reconocen como motivantes para la creación de una empresa, destacándose las independencia y la recompensa, tanto económica como personal que obtienen, y la seguridad personal. Dentro de los frenos para el desarrollo de esfuerzos emprendedores, fue poca la incidencia detectada, aunque la mayor problemática estuvo en la necesidad de un capital inicial.

BIBLIOGRAFÍA

AIKEN, Lewis. Test psicológicos y evaluación. México D.F.: Pearson, 2003.

ALONSO, Patricia. La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género. Universidad de Cantabria: Santander, 2012.

APONTE, Marinés. Factores condicionantes de la creación de empresas en puerto rico: un enfoque institucional. Universitat Autònoma de Barcelona: Barcelona, nd.

BARON, R. y HENRY, R. Why do some entrepreneurs achieve extraordinary success? Insights from cognitive science research on exceptional performance. Bloomington, 2006.

BENAVIDES, María, SÁNCHEZ, María y LUNA, Roberto. El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. En: Dirección y organización: Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas. 2004, no. 30. p 34-48.

BROCKHAUS, Robert, HILLS, Gerald, KLANDT, Heiz, WELSH, Harold. Entrepreneurship Education. A global view. Ashgate: Aldershot, 2001.

BRUNET, Ignasi y ALARCÓN, Amado. Teorías sobre la figura del emprendedor. En: Papers. 2004, no. 73. p 81-103.

CANCELA, Elaine y GASCA, Reyna. Fomento de la Actividad Emprendedora por el Programa Impulsa. Casos: GAM, INNOVEM y PROCAMIX. Puebla: Universidad de las Américas Puebla, 2006.

CEMPRENDE. Introducción. [Consultado el 18 de febrero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://www.cccartagena.org.co/cemprende/>.

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO. Introducción. [Consultado el 18 de febrero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://www.unitecnologica.edu.co/investigaciones/centro-de-emprendimiento-universitario>.

CHRISMAN, James, HYNES, Timothy y FRASER, Shelby. Faculty Entrepreneurship and Economic Development: The Case of the University of Calgary. *Journal of Business Venturing*. No. 10, P 267-281.

DÍAZ, María, CORIA, Nelva y GONZÁLEZ, Silvia. El desarrollo del emprendedorismo en estudiantes universitarios. Un estudio en la Licenciatura en Administración de la UNSE. [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: http://fhu.unse.edu.ar/carreras/rcifra/c4/2-diaz_coria_corral.pdf.

DINERO. Colombia, el primero en emprendimiento. [Consultado el 18 de enero de 2013, 18:30] disponible en internet: <http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/colombia-primero-emprendimiento/164404>.

EMPRENDIMIENTOUDI. Definición y tipos de empresa. [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://emprendimentoudi.wikispaces.com/file/view/Tipos+de+Empresas.pdf>.

ESPÍRITU, Roberto y MORENO, Hugo. La influencia de los rasgos de personalidad riesgo, control interno y necesidad de logro en la intención emprendedora: un estudio empírico con estudiantes universitarios. XV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. México D.F.: UNAM, 2010.

ESPÍRITU, Roberto y SASTRE, Miguel. La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*. No. 17, 2007, P 95-116. [Consultado el 18 de enero de 2013, 17:00] disponible en internet: <http://revistas.ucm.es/index.php/CESE/articloe/view/CESE0707110095A/9419>.

ESPÍRITU, Roberto. Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. En: *Multiciencias*. 2011, vol. 11, no. 1. p 65-75.

FERNÁNDEZ, Ana, RUEDA, Ana y HERRERO, Ángel. Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE. y Empresariales de Cantabria. Cantabria: Universidad de Cantabria, 2012.

FERNÁNDEZ-LAVIADA, Ana, RUEDA, María y HERRERO, Ángel. Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Facultad de CC.EE. y empresariales de Cantabria. Cantabria, España: Universidad de Cantabria, 2012. [Consultado el 18 de enero de 2013, 17:00] disponible en internet: http://www.aeca.es/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/36f.pdf.

FRANCO CLAVIJO, Juan. Emprendimiento colombiano: potencial creativo para el desarrollo nacional. P 1. [Consultado el 18 de enero de 2013, 18:30] disponible en internet: http://www.sena.edu.co/NR/rdo_nlyres/8035B4DC-BEE5-4874-ACEF-FB8C9F303AC7/0/ART%C3%8DCULOREVISTAUDES.pdf.

GARCÍA, Julia. Estudios descriptivos. En: *Nure Investigación*. 2007, no. 7. p. 1-3.

GUERRERO, Maribel y URBANO, David. *Entrepreneurial Universities: The case of Autonomous University of Barcelona*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.

GUTIÉRREZ, José. La importancia de la generación endógena de conocimiento científico para el sistema ciencia-tecnología-innovación. En: HERRERA, Rafael y GUTIÉRREZ, José. *Conocimiento, Innovación y Desarrollo*. San José: Universidad de Costa Rica, 2011, p 49-72.

HARTSHORN, Christina y HANNON, Paul. Paradoxes in entrepreneurship education: chalk and talk or chalk and cheese?: A case approach. En: *Education + Training*. 2005, vol. 47, no. 8/9. p. 616-627.

HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. Metodología de la investigación. 4 ed. México D.F.: McGraw Hill, 2006.

JAÉN, Inmaculada, FERNÁNDEZ, José y LIÑÁN, Francisco. Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. En: Revista de Economía Mundial. 2013, no. 35. p 35-51.

JARAMILLO, Leonor. Emprendimiento: Concepto básico en competencias. [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>.

KRAUSS, Catherine. ¿Cómo fomentar las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios? [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: http://www.cladea.org/red_emprendimiento/media/documento/CKrauss-%2009-%20Concurso%20de%20Ideas%20y%20Planes%20de%20Negocios.pdf.

LAFUENTE, A., SALAS, V., y PÉREZ, R. Tipos de empresarios y de empresa. El caso de nueve empresas españolas. En: Economía Industrial. Noviembre-diciembre, 1985. p 139-151.

LANGFORD, Cooper. Measuring the Impact of University Research on Innovation. Calgary, Canadá: University of Calgary. [Consultado el 18 de enero de 2013, 17:00] disponible en internet: http://www.thecis.ca/cms3/userfiles/File/0500_Measuring%20Impact%20of%20university%20Research_ISRN_Langford.pdf?phpMyAdmin=5f03d6cf1f8b7951677093693d4f7d69.

LIÑÁN, Francisco, BATTISTELLI, Adalgisa y MORIANO, Juan. Entrepreneurial intentions in Europe. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2008.

LIÑÁN, Francisco, URBANO, David y GUERRERO, Maribel. Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. En:

Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal. 2011, vol. 23, no. 3-4. p. nd.

LUCAS, William, COOPER, Sarah, WARD, Tony y CAVE, Frank. Industry placement, authentic experience and the development of venturing and technology selfefficacy. En: Technovation. 2009, vol. 29, no. 11. p 738-752.

MARINA, José. La competencia de emprender. En: Revista de Educación. 2010, no. 351. p 49-71.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Sistema Nacional de Información de Educación Superior (SNIES) [Consultado el 20 de enero de 2014, 10:30] disponible en internet: <http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-212400.html>.

MINKOV, Michael y HOFSTEDE, Geert. Is National Culture a Meaningful Concept?: Cultural Values Delineate Homogeneous National Clusters of In-Country Regions. En: Cross-Cultural Research. 2012, vol. 46, no. 2. p 133-159.

MUÑOZ, Rosa y SÁNCHEZ, Jesús. El empresario: tipología, estilo social, estilo de decisión y estilo de dirección. Revisión de la literatura y estudio de un caso. En: Revista de Economía y Empresa. 2004, vol. 21, no. 50. p 121-138.

OLMOS, Espíritu. Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2011.

RODRÍGUEZ, María José y SANTOS, Francisco Javier. La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. ICE Revista de Economía. Vol. 841, 2008, P 117-132.

ROSERO, Óscar y MOLINA, Sandra. Sobre la investigación en emprendimiento. Informes Psicológicos. No. 10, 2008, P 29-39. [Consultado el 18 de enero de 2013, 18:30] disponible en internet: <http://www.upb.edu.co/pls/portal/url/ITEM/76DA1A8B7D6E0FAAE0440003BA8AE9C9>.

SÁNCHEZ, Sandra. Informe de estudio actitud emprendedora y género en el alumnado de la Universidad de Córdoba. Servicio de Publicaciones. Córdoba: Universidad de Córdoba, 2011.

SCARBOROUGH, Norman y ZIMMERER, Thomas. Effective small business management: an entrepreneurial approach. New York: Pearson, 2000.

SHAPERO, Albert. Social dimensions of entrepreneurship. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982.

THOMPSON, John. The World of the entrepreneur: a new perspective. En: Journal of Workplace Learning: Employee Counseling Today. 1999, vol. 11, no. 6. p 209-224.

TOLEDANO, Nuria. Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. En: Revista de Educación. 2006, no. 341. P 803-825.

TORO, Natalia, OCHOA, Luz y VARGAS, Adrián. Clima organizacional: promotor de la creatividad en la empresa. En: Revista Creando. 2005, vol. 2, no. 3. p 1-7.

URBANO, David y TOLEDANO, Nuria. Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas. Barcelona: UOC, 2008.

VALENZUELA, Jeannette. Unesco y Universidad preparan proyecto de emprendimiento para América Latina. [Consultado el 18 de febrero de 2014, 10:30] disponible en internet: http://www.udec.cl/pa_noramaweb2/2012/01/unesco-y-universidad-preparan-proyecto-de-emprendimiento-para-america-latina/.

15. ANEXOS

15.1 ENCUESTA



ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

Objetivo del estudio: Caracterizar la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena, primer semestre de 2014.

Por favor, responda las siguientes preguntas. Toda la información que usted proporcione será de carácter anónimo y se mantendrá en estricta confidencialidad. Solo será usada con fines académicos.

1. **Semestre:** _____

2. **Edad:** _____ años

3. **Género:** Masculino___ Femenino___

4. **Estado civil:** Casado___ Unión libre___ Soltero___ Separado___ Viudo___

5. **Estrato de su vivienda:** 1___ 2___ 3___ 4___ 5___ 6___

6. **Nivel educativo de su padre:**

Sin educación___ Primaria___ Bachillerato___ Tecnóloga o técnica___ Universitaria___ Posgrado___

7. **¿Cuál es la ocupación de su padre?**

Trabajador independiente___ Empleado particular___ Empleado del gobierno___ Ama de casa___

Patrón o empleador___ Jornalero o Peón___ Empleado doméstico___ Otro___

8. **Nivel educativo de su madre:**

Sin educación___ Primaria___ Bachillerato___ Tecnóloga o técnica___ Universitaria___ Posgrado___

9. **¿Cuál es la ocupación de su madre?**

Trabajadora independiente___ Empleada particular___ Empleada del gobierno___ Ama de casa___

Patrona o empleadora___ Jornalera o peona___ Empleada doméstica___ Otro___

10. **Usted además de estudiar ¿se dedica a trabajar?** Sí___ No___

11. **La empresa donde trabaja es:**

Propia___ Familiar___ Del gobierno___ Del sector privado diferente a familiar o propia___

12. **¿Recibe remuneración?** Sí___ No___ ¿De cuánto? _____

13. **¿Qué tanto ha pensado seriamente usted en crear una empresa propia?**

No lo ha pensado___ Sí, vagamente___ Sí, seriamente___ Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa___

14. **¿Qué tan atraído está hacia trabajar como...?**

Ítem	Mucho	Poco	Nada
Asalariado			
Profesional independiente			
Empresario			

15. De acuerdo a su intención emprendedora, ¿qué tan de acuerdo está con los siguientes ítems?

Ítems	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Crear empresa y mantenerla es fácil					
Carrera emprendedora poco atractiva					
Amigos aprueban decisión de crear empresa					
Totalmente incapaz de crear una empresa					
Familia aprobaría decisión de crear una empresa					
Ser empresario me supondría una gran satisfacción					
Muy difícil sacar adelante un proyecto emprendedor					
Ser empresario me reportaría más ventajas que inconvenientes					
Conozco los detalles prácticos necesarios para crear una empresa					

16. ¿Qué tan de acuerdo está con los siguientes aspectos de la imagen social del emprendedor?

Ítems	Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones					
Cultura de mi país es muy favorable hacia la actividad emprendedora					
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido					
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones					
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás					

17. ¿Cómo se autocalifica en las siguientes capacidades y habilidades?

Ítem	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto o servicio					
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa					
Reconocer potencial de una idea u oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa					
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto o empresa					
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto o iniciativa					
Escribir un plan de negocios, de forma clara y completa					
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo					
Convertir un avance científico exitoso en una aplicación práctica					

18. ¿Qué tanto pesan los siguientes MOTIVOS en el caso de que usted decida por iniciar una empresa?

Ítem	Mucho	Poco	Nada
Recompensas económicas (incrementar ingresos, etc)			
Independencia/autonomía (libertad personal, ser tu propio jefe, etc)			
Recompensas personales (reconocimiento público, crecimiento personal, probar que soy capaz de hacerlo, etc)			
Seguridad familiar y personal (asegurar mi futuro y el de mi familia, tradición familiar, etc)			
Invertir y conseguir un patrimonio personal			

19. ¿Qué tanto pesan los siguientes FRENOS en el caso de que usted decida por iniciar una empresa?

Ítem	Mucho	Poco	Nada
Riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc)			
Tiempo limitado para otras actividades, por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja, etc)			
Temor a fracasar y quedar en ridículo			
Reparos financieros o de capital (falta de capital inicial)			
Cargas fiscales			
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa			

20. ¿Ha realizado cursos, materias, asistido a charlas, foros, o algún otro evento relacionado con el espíritu emprendedor? Si _____ No _____

21. En caso de que su respuesta anterior sea afirmativa, responda: ¿Qué tanto ha mejorado usted las siguientes competencias una vez realizado el curso en cuestión?

Ítem	Mucho	Poco	Nada
Educación en espíritu emprendedor			
Conocimiento empresarial			
Mayor reconocimiento de la figura del emprendedor/a			
Preferencia por ser emprendedor/a			
Capacidades/habilidades necesarias para ser emprendedor/a			
Promoción del espíritu emprendedor/a			
Conocimiento empresarial			

22. ¿Cuáles actividades considera importantes en los contenidos de un curso de emprendimiento?

Ítem	Si	No
Realización de lecturas y trabajos más que exámenes formales		
Participación en proyectos con mentores o guías		
Enriquecimiento de las cualidades y capacidades personales		
Elaboración de un plan de negocios		
Contacto o prácticas con expertos o emprendedores de la localidad		
Visitas guiadas a empresas, organismos u otras asociaciones		