



Encuesta sobre la percepción, intención y actitud emprendedora de estudiantes universitarios

Informe Universidad EAFIT 2016

Encuesta sobre la percepción, intención y actitud emprendedora de estudiantes universitarios

Informe Universidad EAFIT 2016

Izaias Martins

Juan Pablo Pérez Monsalve

Andres Velásquez Martínez

Alejandro Suárez Duque

Universidad EAFIT

ACERCA DE LOS AUTORES

El Semillero de Investigación en Emprendimiento, Gestión y Desarrollo de la Empresa (SIEGDE), es un semillero enfocado en desarrollar estudios en las temáticas relacionadas con el emprendimiento y la gestión de la pequeña y mediana empresa (Pyme) en Colombia. Las principales líneas de investigación del SIEGDE están relacionadas con la creación de empresas y el intraemprendimiento, la orientación emprendedora en la Pyme y la educación para el emprendimiento. El semillero apoya el emprendimiento en la Universidad EAFIT a través de su trabajo conjunto con el CICE de la misma institución, actuando como soporte de la materia del Núcleo de Formación Institucional (NFI) “Iniciativa y Cultura Empresarial”, y de la línea de énfasis en Innovación y Emprendimiento.

Izaias Martins

Doctor en emprendimiento y gestión de empresas y Magíster en creación de empresas por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Administrador de empresas por la Universidad Federal, Brasil. Actualmente se desempeña como profesor de tiempo completo del Departamento de Contaduría Pública de la Universidad EAFIT, colaborando como docente en los pregrados y posgrados de esta universidad. Director del Grupo de Investigación en Información y Gestión de la Escuela de Administración. Ha coordinado y participado en varios proyectos de investigación de instituciones de reconocido prestigio como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), el Instituto de Estudios Regionales y Metropolitanos de Barcelona y la Asociación Latinoamericana de Escuelas de Administración y Contaduría (ALAFEC). Intereses académicos e investigativos: Metodología de la investigación, emprendimiento, intraemprendimiento y capital de riesgo informal.

Juan Pablo Pérez Monsalve

Economista de la Universidad Nacional de Colombia y aspirante a magister finanzas de la Universidad EAFIT. Actualmente se desempeña como asistente de investigación para el Departamento de Contaduría Pública de la Escuela de Administración de la Universidad EAFIT y es miembro activo del Grupo de Investigación en Información y Gestión, y el Grupo de Investigación en Finanzas y Banca, así como el semillero de investigación SIEGDE pertenecientes a la misma universidad. Sus temas de investigación abarcan temas relacionados con el capital de riesgo informal, emprendimiento, volatilidad financiera y mercados energéticos.

Andrés Velásquez Martínez

Estudiante de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT. Coordinador del Semillero de Investigación en Emprendimiento, Gestión y Desarrollo de la Empresa (SIEGDE) desde 2016, miembro activo del Semillero de Geopolítica (SIG), y del Grupo de Proyección Gerencial (GPG) de la misma universidad. Sus temas de investigación incluyen temas relacionados con emprendimiento, geopolítica y behavioral finance.

Alejandro Suárez Duque

Estudiante de Administración de Negocios de la Universidad EAFIT. Auxiliar de investigación para el Departamento de Contaduría Pública de la Escuela de Administración de la Universidad EAFIT. Desde el año 2015, es miembro activo del Grupo de Proyección Gerencial (GPG), Se desempeñó como líder de desarrollo social en el Semillero de Investigación en Mejoramiento de Procesos (SIMPRO), y desde el 2016, Miembro activo del Semillero de Investigación en Emprendimiento, Gestión y Desarrollo de la Empresa (SIEGDE) Sus temas de investigación comprenden temas como mejoramiento de procesos, emprendimiento, intraemprendimiento y economía creativa.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, el Semillero de Investigación en Emprendimiento y Gestión de Empresas (SIEGDE) agradece a la Dirección de Investigación de la Universidad EAFIT representada por el Dr. Felix Humberto Londoño Gonzalez y todo su equipo de trabajo. El apoyo institucional a los semilleros de investigación es fundamental para el logro de resultados sólidos y tangibles como este informe, permitiendo articular la actividad investigativa como uno de los propósitos de la universidad en miras de generar y transmitir conocimiento a través de la producción científica nacional e internacional.

Adicionalmente nos gustaría agradecer el apoyo Institucional recibido a través de la Decanatura de la Escuela de Administración y en especial al Decano Manuel Esteban Acevedo Jaramillo quién apoya e incentiva la investigación dentro de la Escuela en todos los ámbitos. Decano, este informe es el resultado de la habilidad y competencia de nuestros estudiantes de pregrado en el desarrollo de sus aptitudes investigativas.

En la persona del Jefe del Departamento de Contaduría Pública, Leonardo Sanchez Garrido, agradecemos el apoyo incondicional recibido de este Departamento al Grupo de Investigación en Información y Gestión, y al Semillero SIEGDE para la realización de este proyecto y redacción del respectivo informe. Es gracias a los incentivos a la investigación del Departamento, que el semillero se ha conformado y ha logrado desarrollar material científico.

Finalmente, y no menos importante, nuestro profundo agradecimiento al profesor Jorge Hernán Mesa Cano y a todo el equipo de profesores de la materia *Iniciativa y Cultura Empresarial*; sin el compromiso y apoyo de ustedes, este estudio no sería posible. Jorge, gracias por creer en este proyecto y aportar tu conocimiento, liderazgo y apoyo en todo el proceso.

Los autores

PRÓLOGO

En 1960, un grupo de empresarios antioqueños vio la necesidad de formar a los futuros administradores de negocios de la región y el país; profesionales audaces que estuvieran en capacidad de gestionar empresas, pero que también contaran con las habilidades necesarias para crear negocios propios. Fue precisamente esa inquietud por ofrecer una educación de alta calidad en Medellín, la que propició el surgimiento de la Universidad EAFIT.

En el año 2000, la Institución decidió crear un programa de emprendimiento que se consolidaría en el 2006 con la inclusión de una asignatura obligatoria en el Núcleo de Formación Institucional, denominada *Iniciativa y Cultura Empresarial*. Esta materia ha permitido que los estudiantes de todas las escuelas adquieran conocimientos sobre el desarrollo de habilidades emprendedoras, facilitando también –por su obligatoriedad- evidenciar la importancia del trabajo en equipo y la riqueza que ofrece la multidisciplinariedad a la hora de consolidar proyectos de emprendimiento. De allí que esta investigación sobre la Percepción, Intención y Actitud Emprendedora de Estudiantes Universitarios de la Universidad EAFIT constituya un gran soporte de años de trabajo, donde a través del uso de metodologías, herramientas y diversas didácticas, se ha logrado la consolidación de un sin número de empresarios que vieron cómo su espíritu emprendedor era incentivado, comprendiendo aspectos especiales del mundo de los negocios para transformar sus vidas a través de la materialización de proyectos que han servido de inspiración para muchos jóvenes.

El estudio tiene su pertinencia en la medida que evidencia la manera como los estudiantes asimilan los contenidos, dinámicas, trabajos y demás temas vistos en la materia *Iniciativa y Cultura Empresarial*. Adicionalmente, es el primer estudio que realiza una medición sistemática y longitudinal en 10 años de constitución de la asignatura, la cual, según el presente informe, refuerza habilidades alrededor de la solución de problemas y la manera creativa de ver y asumir los retos. Sin embargo, muestra también el desconocimiento de los alumnos en el campo de la financiación de iniciativas y cómo el fracaso y el riesgo se convierten en barreras importantes que limitan a los jóvenes en la realización de su actividad emprendedora. Los resultados de este estudio, por lo tanto, son el indicador básico para corroborar que algunas cosas se han venido realizando bien, pero que hay temas y didácticas susceptibles de mejora que seguramente contribuirán en el fortalecimiento del espíritu emprendedor de las generaciones futuras en la Universidad EAFIT

El trabajo llevado a cabo por el investigador Izaias Martins y el Semillero de Investigación en Emprendimiento y Gestión de Empresas (SIEGDE) concuerda con las conclusiones de estudios realizados a nivel mundial, como el GEM del 2016. Además, esta investigación permite evidenciar cómo la formación en emprendimiento logra alentar el espíritu emprendedor e innovador en los jóvenes, contribuyendo así al desarrollo de iniciativas productivas en el futuro cercano.

Jorge Hernán Mesa Cano

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO REFERENCIAL	2
3. ORGANIZACIÓN DE LA ENCUESTA	3
4. PRIMERA FASE	4
4.1 Entorno Social.....	4
4.2 Caracterización del Individuo	5
4.3 ADN del Innovador.....	6
4.4 Asunción de Riesgo y Proactividad.....	7
4.5 Contexto y Miedo al Fracaso.....	8
4.6 Propensión a Emprender	9
4.7 Motivaciones del Emprendedor.....	10
4.8 Conocimiento acerca del Apoyo Institucional.....	11
5. SEGUNDA FASE	13
5.1 Entorno Social.....	13
5.2 Caracterización del Individuo	14
5.3 ADN del Innovador.....	15
5.4 Asunción al Riesgo y Proactividad.....	16
5.5 Contexto y Miedo al Fracaso.....	17
5.6 Propensión a Emprender	19
5.7 Motivaciones del Emprendedor.....	19
5.8 Conocimiento del Apoyo Institucional.....	20
5.9 Impacto de la Materia Iniciativa y cultura Empresarial	21
6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	22
7. RECOMENDACIONES E IMPLICACIONES	24
8. REFERENCIAS	25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características Personales	6
Tabla 2. Características Personales Segunda Fase	15

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Entorno Social	5
Figura 2. ADN Innovador	7
Figura 3. Asunción al Riesgo y Proactividad.....	8
Figura 4. Opinión del contexto social con respecto al posible fracaso	9
Figura 5. Miedo al Fracaso	9
Figura 6. Propensión a Emprender	10
Figura 7. Motivaciones del Emprendedor	11
Figura 8. Apoyo de la Universidad al emprendimiento	11
Figura 9. Emprendimiento en la Universidad.....	12
Figura 10. Entorno Social Segunda Fase	14
Figura 11. ADN del Innovador Segunda Fase	16
Figura 12. Asunción al Riesgo y Proactividad Segunda Fase.....	17
Figura 13. Contexto Segunda Fase.....	18
Figura 14. Miedo al Fracaso Segunda Fase	18
Figura 15. Propensión a Emprender Segunda Fase.....	19
Figura 16. Motivaciones del Emprendedor Segunda Fase	20
Figura 17. Apoyo de la Universidad para el Emprendimiento Segunda Fase	21
Figura 18. Emprendimiento en la Universidad Segunda Fase	21
Figura 19. Evaluación de la Materia	22

1. INTRODUCCIÓN

El reconocimiento de la actividad emprendedora como elemento esencial para el desarrollo económico regional (Audretsch, Falck, Feldman, & Heblich, 2012; Mason & Brown, 2014), la innovación (Acs & Amorós, 2008) y la mejora de la competitividad (World Economic Forum, 2014), es un fenómeno que se ha consolidado con estatus de interés social y está cada vez más presente en la agenda de las políticas públicas. Teniendo en cuenta lo recién destacado, asociado a los cambios en la economía global y en la naturaleza de la fuerza laboral (Friis, Karlsson, & Paulsson, 2006), ya no es suficiente que las instituciones de educación superior se limiten a formar individuos para ocupar puestos de trabajo en el mercado laboral. Así, desarrollar habilidades emprendedoras en los estudiantes empieza a ser parte importante y necesaria de la labor académica (Lima, Lopes, Nassif, & Da Silva, 2014).

Actualmente, existen diferentes encuestas con alcance global que son referencia para la medición de la intención y la efectividad de la actividad emprendedora alrededor del mundo, por ejemplo, la encuesta del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) o el Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS). Sin embargo, mayoritariamente son instrumentos con un diseño estándar que, si bien recogen información valiosa acerca de la actividad emprendedora, no permiten captar aspectos específicos que puedan ser de interés particular de una institución de educación superior.

En este sentido, la “Encuesta sobre la percepción, intención y actitud emprendedora de estudiantes universitarios”, desarrollada por el Semillero de Investigación en Emprendimiento y Gestión de Empresas (SIEGDE), permite realizar una medición sistemática y longitudinal de la percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes que cursan la asignatura *Iniciativa y Cultura Empresarial* de la Universidad EAFIT.

El texto a continuación está organizado de la siguiente manera: en la sección 2 se describe el marco referencial en torno a la educación emprendedora; en la sección 3 se explica la organización del proyecto y su ejecución; en las secciones 4 y 5 se exhiben los resultados de la primera y segunda fase de la encuesta respectivamente. El impacto del curso analizado se evidencia en la sección 6; la discusión y conclusiones en la sección 7 y las recomendaciones e implicaciones en la sección 8.

2. MARCO REFERENCIAL

El emprendimiento es una actividad que implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades en aras de introducir productos y servicios nuevos, formas de organización, mercados, procesos y materias primas mediante la organización de esfuerzos que anteriormente no existían (Shane & Venkataraman, 2000; Venkataraman, 1997). Es a través del emprendimiento que se impulsa la capacidad de innovación permitiendo crear nuevas industrias y con ello grandes cambios en la economía (P. Drucker, 2014; Galindo & Méndez, 2014; Schumpeter, 1934).

Desde la década de los 90 el emprendimiento es percibido como un motor de desarrollo económico y social alrededor del mundo (Audretsch, Keilbach, & Lehmann, 2006). Tal situación ha hecho que la promoción al emprendimiento se considere como un factor a tener en cuenta dentro del planteamiento de políticas públicas (Henrekson, Johansson, & Stenkula, 2010), y en general dentro de todas aquellas medidas que busquen originar emprendimientos productivos e incentiven el espíritu emprendedor. Es en este punto donde cobra relevancia la educación emprendedora como uno de los mecanismos con mayor eficiencia y potencial de impacto (Liñán, 2004).

La educación emprendedora existe como una forma de alentar el espíritu emprendedor e innovador, bajo la premisa de que es posible adquirir facetas del emprendimiento más allá de ser una condición inherente a cada individuo, es decir, es posible asimilar el emprendimiento como cualquier otra disciplina (P. F. Drucker, 1985). Así, a través de la educación es viable generar una perspectiva emprendedora, en la cual se busquen oportunidades asumiendo riesgos y teniendo la tenacidad para impulsar una idea a la realidad (Kuratko, 2005).

Conscientes de ello, los modelos de educación superior alrededor del mundo han incorporado el emprendimiento como un elemento fundamental de sus programas académicos, (Iglesias, Jambrino, Peñafiel, Kokash, & McCracken, 2016), de tal forma que se desarrollen habilidades emprendedoras forjando individuos capaces no solo de crear nuevas empresas, sino también con competencias para identificar y generar oportunidades en las ya establecidas.

Desde un contexto individual, la educación emprendedora, permite entre otros, aprender un enfoque innovador a la solución de problemas, mejorar la capacidad de adaptación a los cambios, aumentar el nivel de autosuficiencia y desarrollar la creatividad (Henry, Hill, & Leitch, 2005). Así, impulsar la formación y educación emprendedora genera beneficios de largo alcance para la sociedad dado que focalizan y potencializan las capacidades individuales en entornos cada vez más globalizados.

La interrelación entre la educación emprendedora y la intención emprendedora ha sido uno de las cinco categorías de investigación que actualmente tienen lugar en el estudio de la actividad emprendedora, donde los resultados de las investigaciones empíricas revelan importantes diferencias en materia de actitudes y niveles de intención de los estudiantes que participan en programas de educación emprendedora en contraste con aquellos que no lo hacen (Fayolle & Liñán, 2014). En este sentido, dicha educación incrementa el desarrollo de la intención emprendedora y la creencia de realizar con éxito las funciones de un emprendedor (Lima et al., 2015). Para que esto tenga lugar, el proceso de educación debe proporcionar a los individuos los conceptos y habilidades de tal forma que puedan reconocer oportunidades que otros no han visualizado, otorgándosele además la perspicacia y autoestima para asumir determinados niveles de riesgo (Bridge & O'Neill, 2012; McIntyre, 2000).

Bajo este contexto, la encuesta de intención emprendedora está enmarcada en la anterior categoría de investigación en la cual se estudia la interrelación entre la educación y la intención emprendedora. A través de dicha encuesta se asume un enfoque de medición tanto pre como post intervención, sugeridas en la literatura por Fayolle & Liñán (2014) y Martin, McNally, & Kay (2013), de tal forma que se evalúe el impacto de los programas de educación emprendedora en dos momentos del tiempo.

3. ORGANIZACIÓN DE LA ENCUESTA

La información utilizada en el estudio es parte de una encuesta aplicada dos veces por semestre por el Semillero de Investigación en Emprendimiento, Gestión y Desarrollo de la Empresa (SIEGDE) de la Universidad EAFIT sede Medellín, a los estudiantes matriculados en una asignatura de formación en emprendimiento. La Universidad EAFIT ha incorporado cursos diseñados para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes de las diferentes carreras ofrecidas. Este es el caso de la asignatura *Iniciativa y cultura empresarial*, la cual es transversal a todos los pregrados ofrecidos por la Universidad y hace parte del núcleo de formación institucional. Por ende, todos los estudiantes de EAFIT deben cursar mínimamente una materia que les proporcione conocimientos acerca de la actividad emprendedora.

La encuesta es anónima y consta de dos fases. En la primera fase los estudiantes responden en línea las preguntas planteadas durante las dos primeras sesiones de clase, minimizando así sesgos que puedan afectar la calidad de la respuesta (ej. sesgos inherentes al anonimato del alumno y/o respuestas influenciadas por la formación que reciben a partir de las sesiones subsecuentes) (Podsakoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003). La segunda fase de la encuesta se lleva a

cabo durante el periodo de finalización de clases, y tiene como objetivo identificar cómo las respuestas a las preguntas planteadas en la primera fase han cambiado una vez los conocimientos del curso han sido asimilados.

Las preguntas son cerradas, diseñadas en escala Likert de siete puntos (siendo 1 el punto mínimo y 7 el máximo) y con preguntas dicotómicas (sí o no). La información permite identificar la posición de los estudiantes respecto a diversos aspectos del emprendimiento y está agrupada en 8 secciones, en las cuales se abordan temas desde factores demográficos, hasta el conocimiento con respecto al apoyo institucional en materia de emprendimiento, pasando por otros temas como el ADN del innovador y la asunción de riesgos.

4. PRIMERA FASE

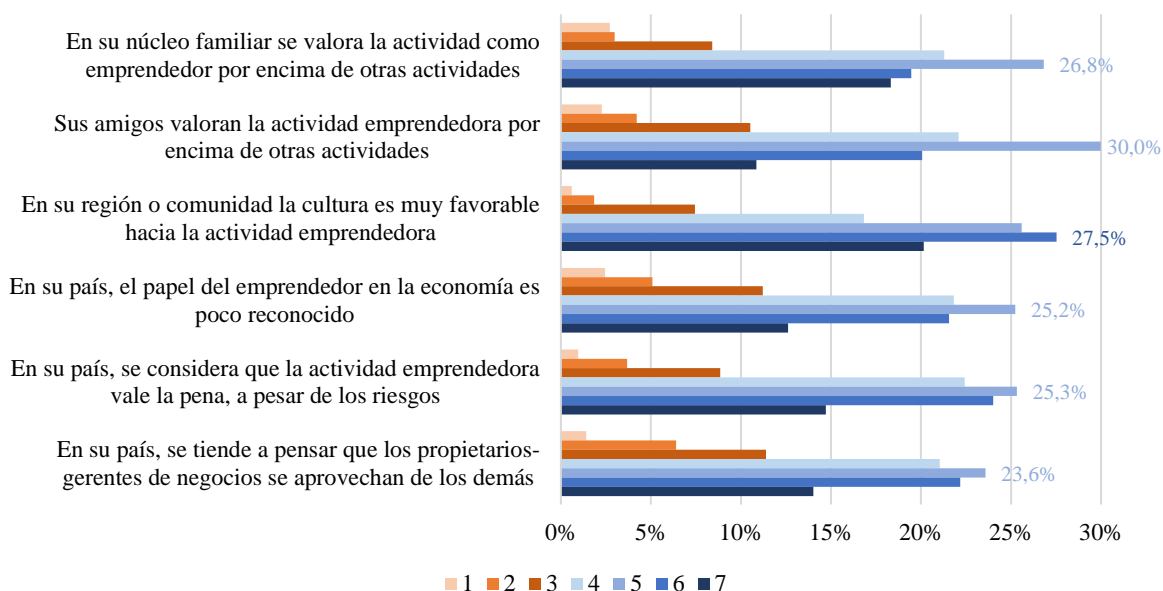
La primera fase contiene un total de 1.141 observaciones compuestas por estudiantes de diferentes programas académicos, matriculados en el curso *iniciativa y cultura empresarial*, cuya información fue recolectada en la fase inicial de dicho curso, tanto en el primer como en el segundo semestre de 2016. De los encuestados, el 51% son hombres, mientras el porcentaje restante (49%) corresponde a mujeres. El 60% de los encuestados se encuentran en la edad de 19 a 22 años, mientras el 32% se encuentra por debajo, y el 8% por encima. Adicionalmente, el 70% de los individuos se ubicaban en los 5 primeros semestres al momento de la encuesta. La escuela con la mayor participación estudiantil fue la escuela de administración con 40%, seguida de la escuela de ingeniería con el 25%, la escuela de humanidades con el 14%, la escuela de economía y finanzas con el 8%, la escuela de derecho con el 7% y la escuela de ciencias con el 6%.

4.1 Entorno Social

En esta sección, se indaga en los encuestados acerca de cómo su núcleo social conformado por los amigos, la familia y la sociedad en su conjunto, valoran la actividad emprendedora. En este sentido, la Figura 1 refleja la opinión de los estudiantes con respecto a la percepción emprendedora de los modelos de referencia (familia, amigos y sociedad). Los resultados indican que el entorno cercano al individuo representados por la familia y los amigos tienen una alta apreciación por la actividad emprendedora pues la mayor parte de ellos (84% en promedio) tienen una valoración por encima o igual a 4, con 5 como la más representativa (26.7%), valoración que se acentúa aún más si se considera a la región o comunidad (90% en promedio). En general, pese a que el individuo considera que los propietarios o gerentes de los negocios suelen asumir una posición oportunista, ven en el emprendimiento una actividad con un alto

reconocimiento social que es importante llevar aun cuando los riesgos son potencialmente altos.

Figura 1. Entorno Social



4.2 Caracterización del Individuo

Con el fin de identificar las características del individuo en términos de autoconfianza, creatividad, manejo de problemas, perseverancia, necesidad al logro, y actitud emprendedora, se realizó una medición de carácter binario en la cual los encuestados reflejaran su percepción con respecto a las anteriores características. Los resultados observados (Tabla 1) sugieren un alto nivel de autoconfianza y perseverancia, donde más del 80% de los individuos reflejaron una valoración positiva hacia estos aspectos cognitivos, es decir, dichos individuos confían en sus capacidades y creen que tendrán éxito, pero para ello consideran importante ser perseverantes.

Por su parte, aspectos como la creatividad, el pensamiento innovador y el manejo de problemas parecen ser una de las mayores debilidades de los estudiantes, dado que gran parte de las preguntas relacionadas con dichos aspectos tuvieron una valoración negativa entre el 30% y el 50% en promedio. Tales resultados indican la necesidad de promover en los estudiantes, el desarrollo y ejecución de nuevas ideas con potencial de éxito, que apunten a solucionar problemáticas particulares.

Tabla 1. Características Personales

Característica Personal	Sí	No
¿Considera que la perseverancia (constancia) es importante para llegar al éxito?	98.95%	1.05%
¿Le entusiasman las cosas nuevas e inusuales?	94.83%	5.17%
¿Escucha la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a la propia?	93.69%	6.31%
¿Opta por posiciones positivas ante los problemas y adversidades?	90.71%	9.29%
¿Es usted una persona que cuenta con sensibilidad para analizar los problemas y creatividad para resolverlos?	88.78%	11.22%
¿Confía en sus capacidades a pesar de que cometa errores?	87.64%	12.36%
¿Disfruta buscar nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarse por las ideas ya conocidas?	86.85%	13.15%
¿Le gusta trabajar para estar entre los mejores?	86.59%	13.41%
¿Cree firmemente que tendrá éxito en todo lo que se proponga hacer?	83.96%	16.04%
¿Tiene persistencia en el logro de sus objetivos?	83.61%	16.39%
¿Le gusta trabajar en equipo para llegar a una mejor solución?	83.44%	16.56%
¿Tiene facilidad para comunicarse con otras personas?	82.03%	17.97%
¿Se adapta fácilmente a los cambios?	81.86%	18.14%
¿Se conoce a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?	79.14%	20.86%
¿Frecuentemente encuentra soluciones rápidas y eficaces a los problemas?	75.37%	24.63%
¿Se considera una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles?	75.20%	24.80%
¿Le gusta promover un ambiente de innovación y es un generador constante de ideas originales?	71.60%	28.40%
¿Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión?	70.55%	29.45%
¿Es muy minucioso en las tareas que realiza?	68.10%	31.90%
¿Está convencido de sus capacidades y aptitudes y sabe muy bien cómo explotarlas?	63.01%	36.99%
¿Ve posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hace?	58.46%	41.54%
¿Frecuentemente tiene ideas originales y las pone en práctica?	48.55%	51.45%

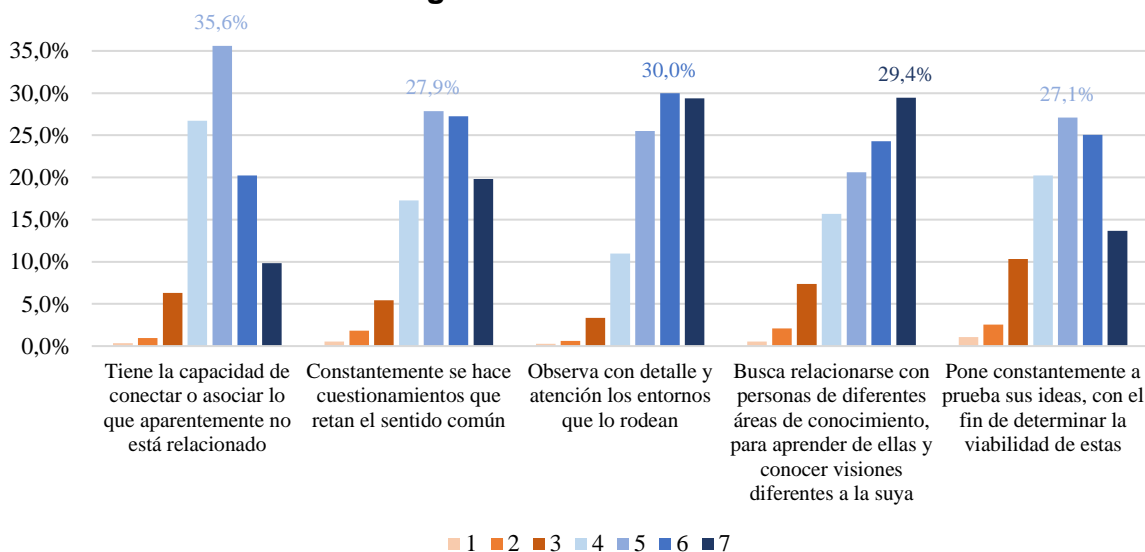
4.3 ADN del Innovador

En la presente sección, se observan las características conductuales en materia de innovación, investigando aspectos como la capacidad de asociación, observación, relacionamiento, y de catalización (Dyer, Gregersen, & Christensen, 2012). Los resultados evidenciados en la Figura 2 indican que los individuos bajo análisis tienen un alto nivel de interrelación con su entorno, esto se demuestra primero, en su elevada capacidad para observar con detalle dicho entorno, con el 90% de los encuestados con una valoración por encima o igual a 4 y con 6 como la más representativa (30%), y segundo por su capacidad para relacionarse con individuos de diferentes áreas del conocimiento con el 29.4% de los encuestados a favor del nivel 7.

En materia de asociación, se demuestra cómo cerca del 92% de los estudiantes tienen la capacidad de conectar lo que aparentemente no está relacionado con una valoración igual o por encima de 4. Sus habilidades de descubrimiento se refuerzan si se tiene en cuenta que los individuos con una valoración igual o por encima de 4 ante la facultad de cuestionamiento obedecen al 92% de los encuestados, siendo 5 la valoración más representativa (27.9%).

Como se destacó con anterioridad uno de los aspectos en el cual los individuos parecen tener debilidades obedece a la ejecución de ideas propias, donde cerca del 14% de los encuestados poseen una valoración inferior o igual a 3 frente a la afirmación: pone constantemente a prueba sus ideas, con el fin de determinar la viabilidad de estas.

Figura 2. ADN Innovador



4.4 Asunción de Riesgo y Proactividad

En esta sección se analiza la capacidad de los estudiantes para asumir riesgos, así como su nivel de proactividad y los resultados se resumen en la Figura 3. En el primer caso, los estudiantes encuestados revelan una alta propensión al riesgo, donde cerca del 92% tienen una valoración por encima o igual a 4 a la afirmación: asumir riesgos es estimulante, al tiempo que consideran al riesgo como un elemento importante para lograr el éxito con una participación positiva de alrededor del 96% de los estudiantes. Así, para obtener el éxito acompañado de altos retornos la mayor parte de los individuos consideran como necesario asumir una postura arriesgada, por lo tanto, el bajo nivel de aversión al riesgo puede estar justificado en la motivación de alcanzar un logro posterior.

En materia de proactividad, se evidencia cómo los estudiantes en su mayoría presentan una actitud competitiva para afrontar diversos retos con el 25% de los encuestados, otorgando una valoración de 5 a dicho ítem. Tales encuestados, manifiestan tener iniciativa dado que inician acciones que suelen ser seguidas por los demás (87% con una valoración por encima de 4), pese a que el 21% de la población bajo análisis es reacia a ser la primera en exponer su opinión dado que dan una valoración inferior a 3 al enunciado en cuestión.

Figura 3. Asunción al Riesgo y Proactividad



4.5 Contexto y Miedo al Fracaso

La Figura 4 denota la percepción del estudiante con respecto a la opinión del fracaso en su contexto social. En este sentido, los encuestados le otorgan mayor importancia a la opinión del fracaso del núcleo cercano, en particular a la familia, pues cerca del 71% concentra su valoración en los niveles 5, 6 y 7. Conforme se consideran entornos de menor cercanía definidos por los amigos y la sociedad respectivamente, dicha opinión cobra menos relevancia, de tal manera que el 62.3% de los encuestados se centra en los niveles 3, 4 y 5 para los amigos, mientras el 70.5% en los niveles 1, 2, 3 y 4 para la sociedad.

Por su parte, el 61% de los encuestados ven en el fracaso una barrera importante que los limitaría a la hora de llevar a cabo una actividad emprendedora, lo cual se ve acentuado por el estigma social que trae consigo dicho fracaso. Este temor puede estar fundamentado en un posible revés en la realización de un proyecto, iniciativa o creación de empresas manifestado por cerca del 58% de los encuestados. Sin embargo, pese a lo que representa haber incurrido en un fracaso, el 97% de los individuos considera que es posible aprender de él.

Figura 4. Opinión del contexto social con respecto al posible fracaso

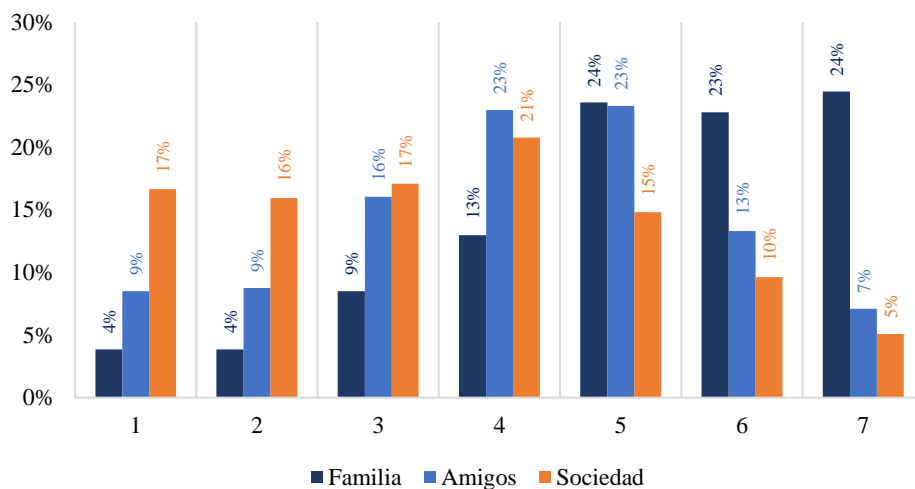
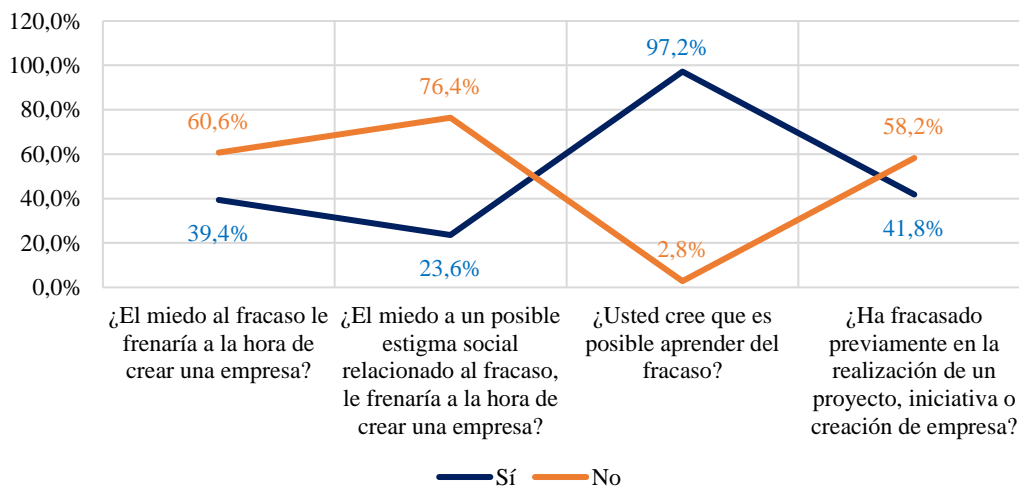


Figura 5. Miedo al Fracaso

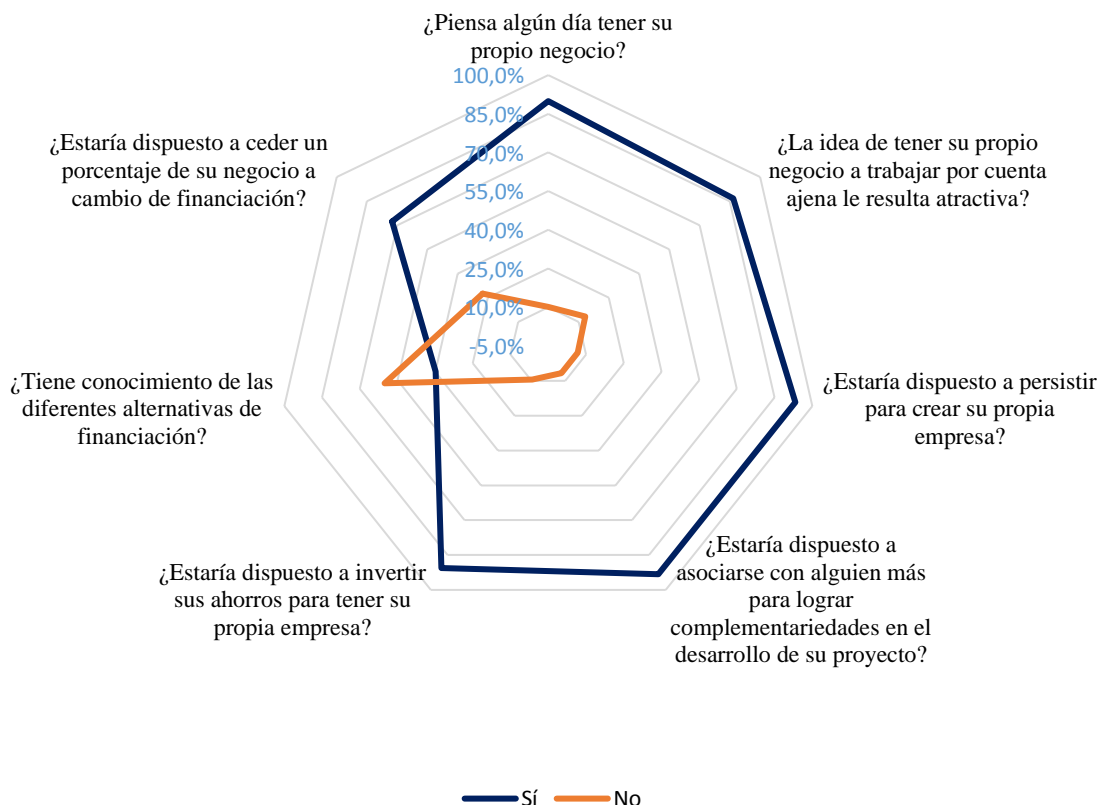


4.6 Propensión a Emprender

En la presente sección, se indagó en los estudiantes acerca de su propensión a emprender, por tal motivo se realizaron preguntas enfocadas en su visualización como emprendedores y los mecanismos para lograrlo. Los resultados presentes en la Figura 6 indican que cerca del 90% de los encuestados desean desarrollar algún día su propio negocio, donde la persistencia para alcanzar dicho objetivo es un factor relevante para el 93% de los encuestados, al tiempo que el 87% considera que trabajar por cuenta propia a trabajar para terceros resulta ser una opción más atractiva. En materia de financiación, se evidencia un alto grado de desconocimiento de las diversas alternativas, donde el 60% de los encuestados manifiestan no saber de las mismas. Adicionalmente la mayor parte de los estudiantes prefieren

financiarse con recursos propios y no están dispuestos a ceder parte de su emprendimiento a cambio de financiación.

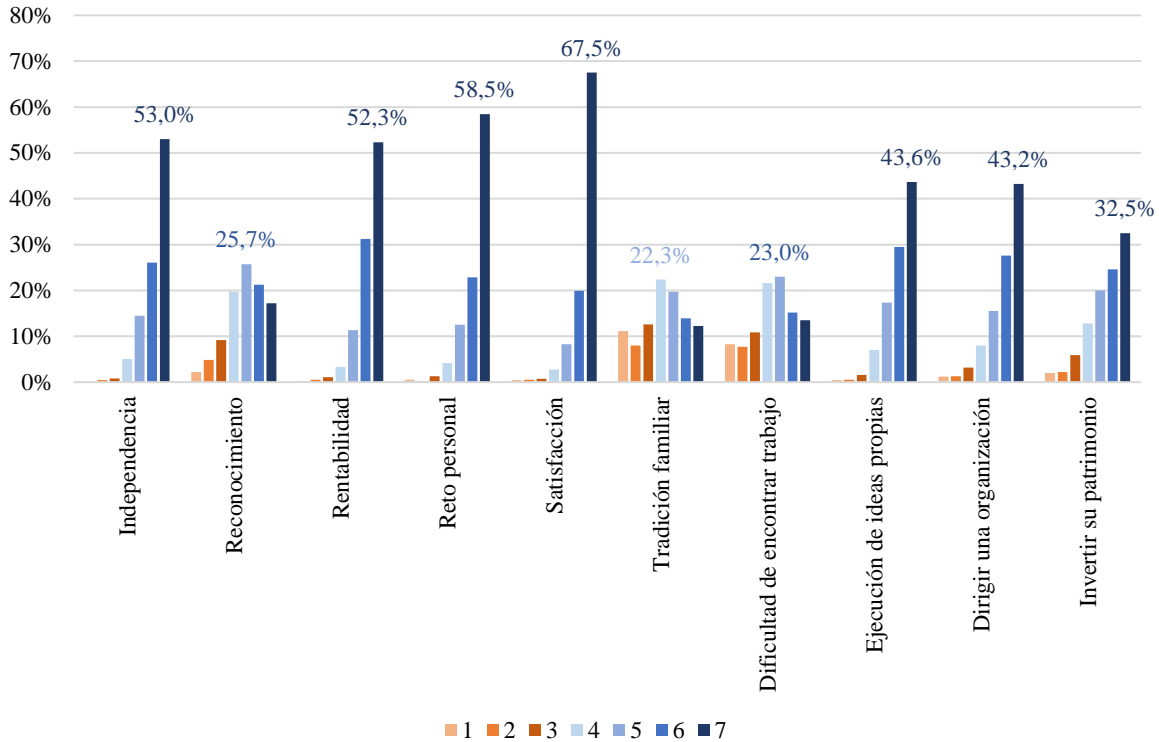
Figura 6. Propensión a Emprender



4.7 Motivaciones del Emprendedor

Tal como lo denota la Figura 7, el emprendimiento en los individuos encuestados está motivado por características referentes a su realización personal, tales como la satisfacción, el reto personal, la independencia y la rentabilidad, donde más del 50% de los individuos encuestados otorgó una valoración máxima de 7. Por su parte, factores como la tradición familiar y la dificultad de encontrar trabajo no tienen tanta relevancia como las anteriores, dado que cerca del 50% de los encuestados centran su valoración en los niveles 1, 2, 3 y 4 para tales factores. Bajo este contexto, los estudiantes están interesados en llevar a cabo actividades emprendedoras como una opción de superación personal que les brinde la posibilidad de salir adelante.

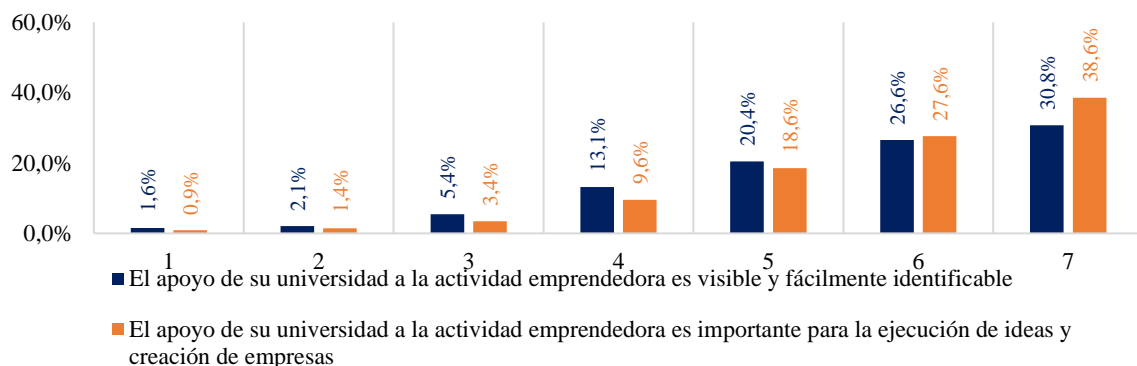
Figura 7. Motivaciones del Emprendedor



4.8 Conocimiento acerca del Apoyo Institucional

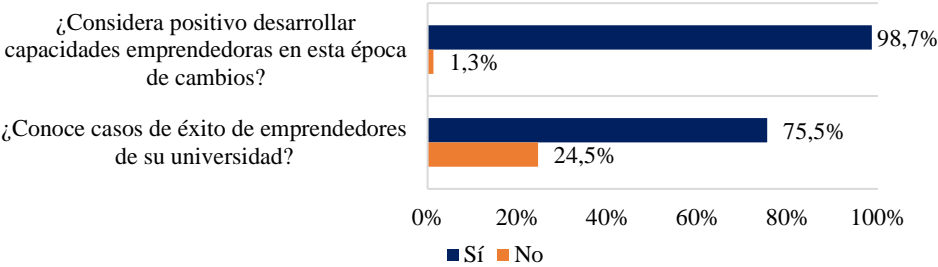
En materia de apoyo institucional, la mayor parte de los encuestados ven en la institución un elemento clave como facilitador para el desarrollo de la actividad emprendedora, así, el 78% de los encuestados perciben favorablemente el apoyo de la Universidad EAFIT a dicha actividad al otorgarle una valoración igual o superior a 5, mientras que el 85% que están en el mismo rango de valoración consideran que el apoyo de la Universidad es fundamental para llevar a cabo sus diferentes proyectos, tal como se observa en la Figura 8.

Figura 8. Apoyo de la Universidad al emprendimiento



Adicionalmente, el 99% de los estudiantes considera importante desarrollar diversas capacidades emprendedoras (ver Figura 9), lo cual es consistente si se tiene en cuenta su elevado nivel de intención emprendedora. Es de destacar que como referentes en materia de emprendimiento sobresalen negocios tales como, Hatsu, Tres Cordilleras, Alamanga, Cinco Avellanas, Skudmart, entre otros.

Figura 9. Emprendimiento en la Universidad



5. SEGUNDA FASE

El cruce de información en esta segunda fase fue conformado por un total de 702 observaciones obtenidas a partir de información suministrada por los estudiantes de los diferentes pregrados que cursaron la materia del Núcleo de Formación Institucional *Iniciativa y Cultura Empresarial* en el 2016 y que participaron en ambas fases de la encuesta aplicada a todos los estudiantes que cursaron dicha materia. De estos, el 49% de la población eran hombres y el 51% restante mujeres. En cuanto a la edad, el 60% tenía entre 19 y 22 años, 33% menos de 19 años, y el 7% restante más de 22 años. Los estudiantes de la escuela de administración fueron los que tuvieron mayor representación, siendo esta 39%, le sigue la escuela de ingeniería con 25%, la escuela de humanidades con 14%, la escuela de economía y finanzas y la escuela de derecho con 8% cada una, y finalmente la escuela de ciencias con 6%. El 55% de los estudiantes se encontraba en sus primeros 4 semestres.

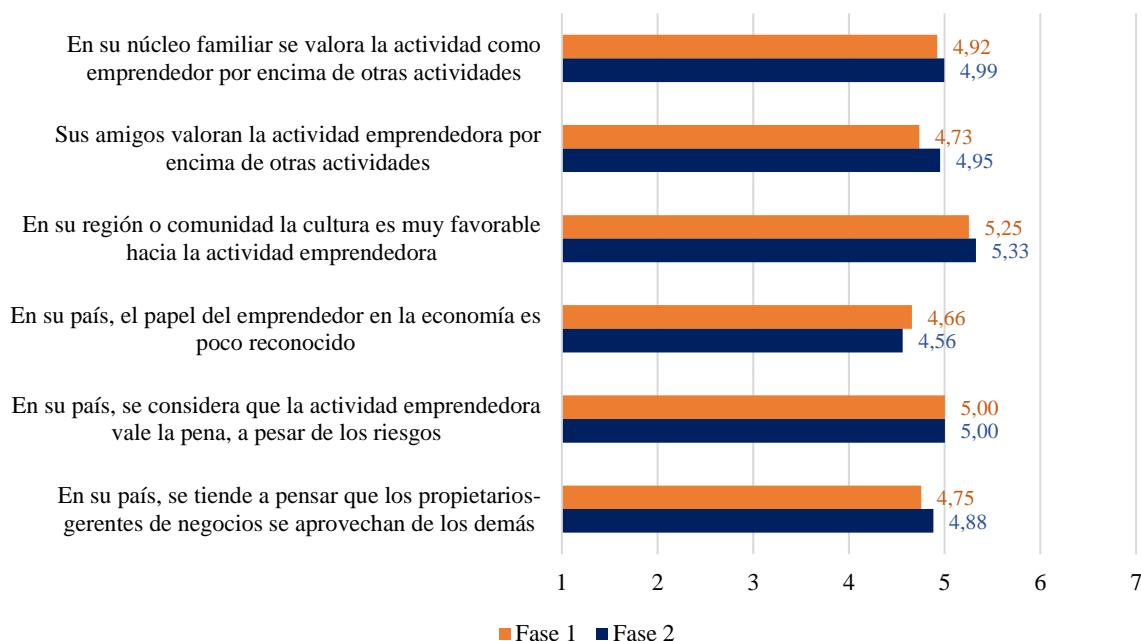
El 49% de los estudiantes no había recibido ningún tipo de formación en emprendimiento antes de cursar la materia, mientras 35% de los mismos había tomado un curso obligatorio como parte de un programa académico, y el 15% restante habían tomado cursos de esta índole de forma voluntaria. Adicionalmente, 59% de los estudiantes piensan tomar voluntariamente cursos complementarios en emprendimiento en el futuro.

5.1 Entorno Social

La siguiente etapa muestra las respuestas de los encuestados a los cuales se les evaluó el entorno actual en el que viven y cómo son sus relaciones sociales. Los resultados indican que los estudiantes de la Universidad EAFIT consideran que, en su contexto nacional, regional, personal y familiar, el emprendimiento es percibido como una actividad sobresaliente, percepción que se ve favorecida con los conocimientos asimilados en el curso con un incremento en su valoración promedio.

Tales individuos afirman que el emprendimiento como actividad es poco reconocida a nivel nacional, lo que puede significar algo preocupante para las próximas generaciones que deseen seguir este camino, a su vez, una vez visto el curso la valoración promedio ante dicho ítem se disminuye levemente pasando de 4.66 a 4.56. Adicionalmente los estudiantes reafirman su postura en cuanto a que los dueños de negocios “se aprovechan de los demás”, dado que su valoración promedio pasó de 4.75 a 4.88. Sin embargo, en sus círculos más cercanos, afirman que el papel del emprendedor es bien reconocido y valorado, lo cual se extiende incluso a nivel regional.

Figura 10. Entorno Social Segunda Fase



5.2 Caracterización del Individuo

La caracterización del individuo se exhibe en la Tabla 2. Así, se encontró que los individuos en general son muy conscientes de que para llegar al éxito es necesaria la constancia (99% en ambas fases). Dichos encuestados en su mayoría se caracterizan por tener una actitud positiva frente a las adversidades, con una participación favorable superior al 90% en ambas fases. El perfil general de todos los encuestados es ser fuerte, les gusta trabajar para estar entre los mejores y disfrutaban de nuevas formas de ver y hacer las cosas.

Una vez visto el curso, el mayor cambio favorable en la percepción de los encuestados fue el origen de nuevas ideas y su puesta en marcha con una variación del 14%, al tiempo que aumentaron la facultad para encontrar soluciones rápidas y eficaces a problemas en un 9%. Por su parte, aspectos como la autoconfianza medida en la confianza en sus capacidades y el conocimiento de sus limitaciones, la orientación al logro medida por la creencia de éxito en todo lo realizado, y la perseverancia en general, pese a estar presentes en la mayor parte de los encuestados (superior al 70%) no presentaron variaciones significativas con los nuevos conocimientos adquiridos. Finalmente, la capacidad de innovación fue la que presentó el mayor retroceso ya que por un lado el porcentaje de individuos entusiasmados antes cosas nuevas e inusuales disminuyó un 5%, mientras el porcentaje de individuos que ven posibilidades de innovación pasó del 59% al 55%.

Tabla 2. Características Personales Segunda Fase

Característica Personal	Fase 1		Fase 2		Variación Sí
	Sí	No	Sí	No	
¿Tiene ideas originales y las pone en práctica?	47%	53%	61%	39%	14%
¿Encuentra soluciones rápidas y eficaces a los problemas?	71%	29%	79%	20%	9%
¿Es muy minucioso en las tareas que realiza?	68%	32%	73%	27%	5%
¿Tiene facilidad para comunicarse con otras personas?	80%	20%	84%	16%	4%
¿Está convencido de sus capacidades y aptitudes y sabe muy bien cómo explotarlas?	64%	36%	68%	32%	4%
¿Le gusta promover un ambiente de innovación y es un generador constante de ideas originales?	71%	29%	73%	27%	2%
¿Le gusta trabajar para estar entre los mejores?	85%	15%	87%	13%	2%
¿Se adapta fácilmente a los cambios?	81%	19%	82%	18%	1%
¿Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión?	75%	25%	75%	24%	1%
¿Escucha la opinión de aquellos que abordan un problema de manera diferente a la propia?	93%	7%	94%	6%	0%
¿Cree que tendrá éxito en todo lo que se proponga hacer?	84%	16%	85%	15%	0%
¿Confía en sus capacidades a pesar de que cometa errores?	87%	13%	87%	13%	0%
¿Considera que la perseverancia (constancia) es importante para llegar al éxito?	99%	1%	99%	1%	0%
¿Disfruta buscar nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarse por las ideas ya conocidas?	87%	13%	86%	14%	-1%
¿Tiene persistencia en el logro de sus objetivos?	84%	16%	83%	16%	-1%
¿Se conoces a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?	79%	21%	78%	22%	-1%
¿Se considera una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles?	75%	25%	73%	27%	-1%
¿Opta por posiciones positivas ante los problemas y adversidades?	91%	9%	89%	11%	-2%
¿Le gusta trabajar en equipo para llegar a una mejor solución?	83%	17%	80%	19%	-2%
¿Es usted una persona que cuenta con sensibilidad para analizar los problemas y creatividad para resolverlos?	88%	12%	85%	15%	-4%
¿Ve posibilidades de innovación en cada cosa que hace?	59%	41%	55%	44%	-4%
¿Le entusiasman las cosas nuevas e inusuales?	96%	4%	90%	10%	-5%

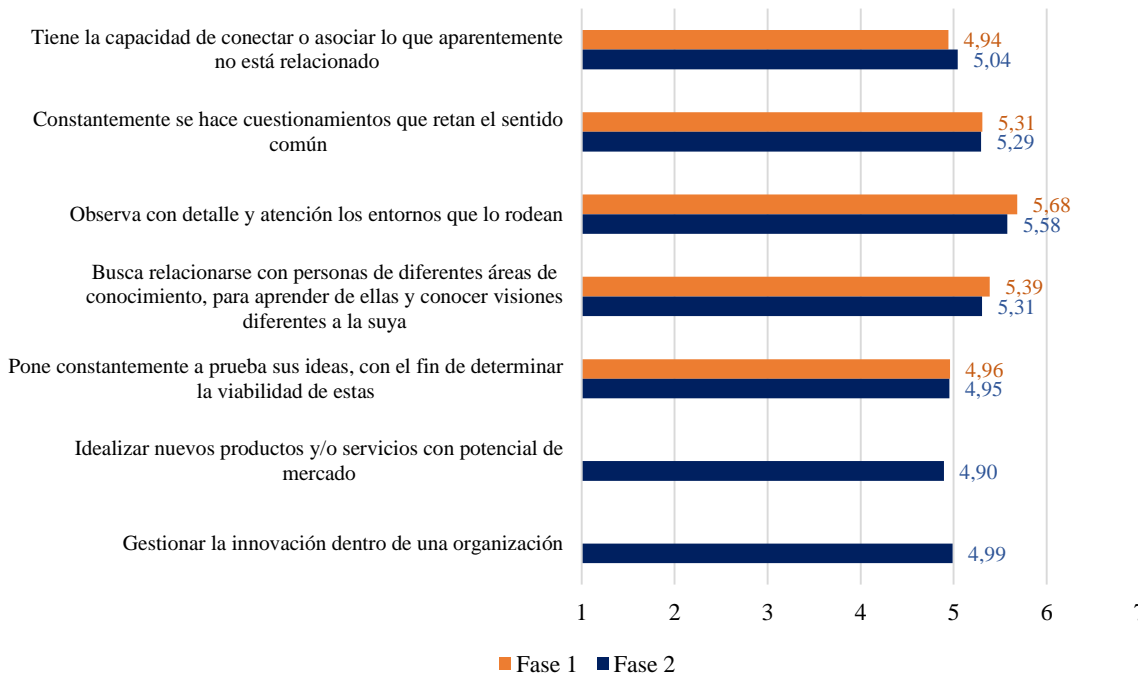
5.3 ADN del Innovador

Con los resultados arrojados, se observa que algunos estudiantes poseen una elevada actitud innovadora que se evidencia en su comportamiento. Así, las respuestas demuestran que los estudiantes de EAFIT poseen características particulares que permiten a los mismos ser innovadores, ya que todas las preguntas de esta categoría, incluso aquella con más baja calificación (es capaz de idealizar nuevos productos o servicios con potencial de mercado) tuvo una aprobación favorable, es decir, valoraciones entre 4.0 y 5.68 en promedio. Es de destacar, que la última pregunta mencionada al igual que la capacidad de gestionar la innovación dentro de una organización, fueron agregadas a la encuesta en la segunda fase y por tanto no es posible medir el impacto de la materia para estas preguntas en dos momentos del tiempo.

Una vez finalizado el curso, los encuestados manifestaron una menor capacidad de observación y atención a los entornos que los rodean, al tiempo que disminuyeron ligeramente su deseo de relacionarse con otras personas de diferentes áreas de

conocimiento pasando de una valoración de 5.39 a 5.31. Pese a que tales reducciones no son significativas, los encuestados parecen haber disminuido además su capacidad de interrelación con su entorno.

Figura 11. ADN del Innovador Segunda Fase



5.4 Asunción al Riesgo y Proactividad

La mayor parte de los encuestados, ven en la asunción al riesgo un factor importante para poder alcanzar el éxito, es decir, no presentan mayor aversión al riesgo, esto se demuestra por sus altas valoraciones promedio con respecto a las preguntas referentes a dicho ítem, valoraciones que se encuentran entre el nivel 5 y 6. A su vez, se evidencia cómo los individuos encuestados presentan un elevado nivel de proactividad, aunque en menor medida si se compara con la asunción al riesgo, donde sus valoraciones promedio para ambas fases en materia de proactividad se encuentran entre niveles promedio de 4.5 y 5.

A medida que los estudiantes fueron asimilando los conocimientos del curso, su proactividad se incrementó notoriamente pues todas las preguntas relacionadas con el tema aumentaron su valoración promedio, donde destaca el incremento en la iniciativa para la expresión de sus ideas y opiniones al pasar del 4.68 al 4.97. Con respecto a la asunción al riesgo, se evidencia cómo los individuos adquirieron un mayor nivel de confianza y por ende mayor capacidad de asunción al riesgo, la excepción a dicha afirmación reside en la pregunta: cree en el dicho “el que no arriesga no gana”.

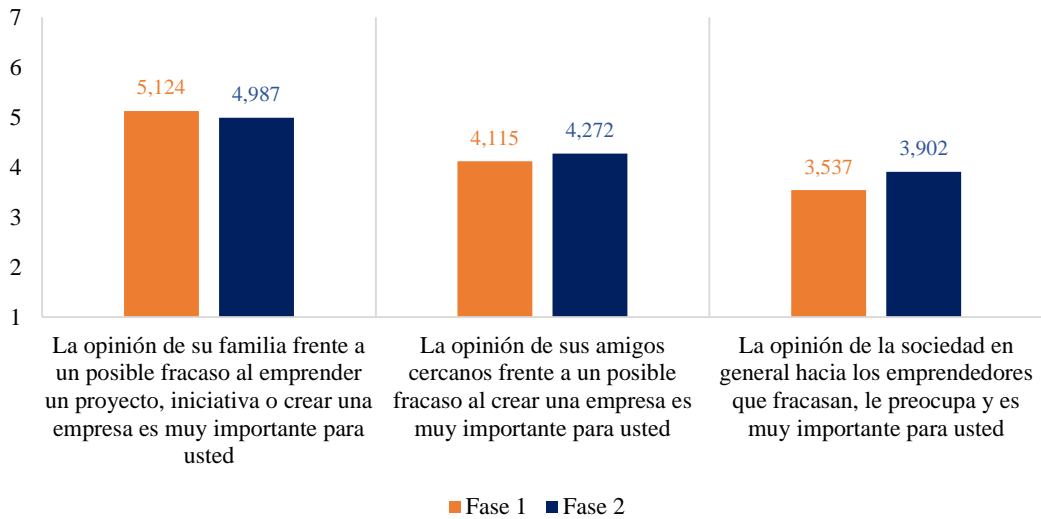
Figura 12. Asunción al Riesgo y Proactividad Segunda Fase



5.5 Contexto y Miedo al Fracaso

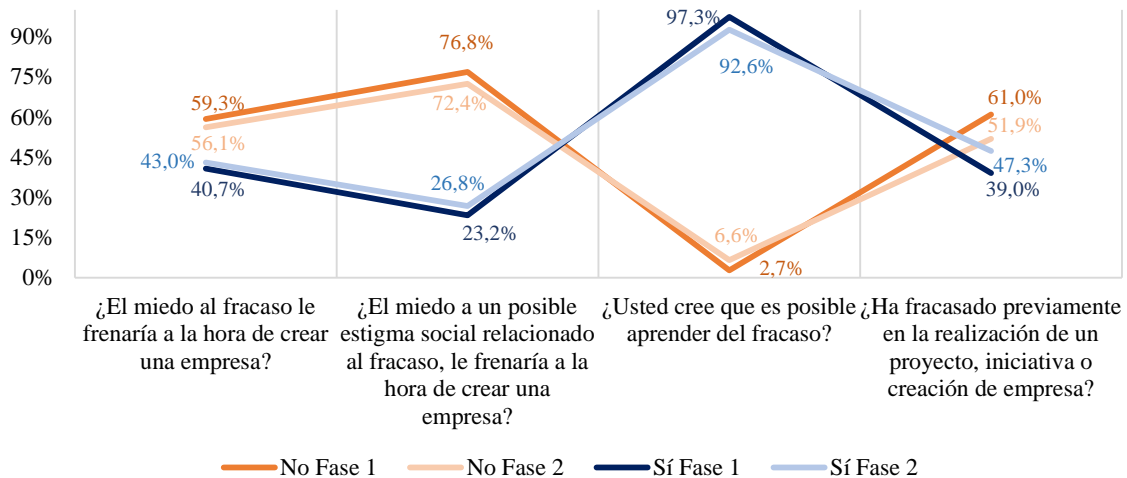
En esta sección, se tiene en cuenta los modelos de referencia o círculos sociales cercanos que interfieren en las posibles decisiones de los estudiantes en temas de emprendimiento. Los resultados exhibidos en la Figura 13 otorgan indicios de cómo la opinión de la familia es la más importante a la hora de emprender y en particular en relación a un posible fracaso, esta importancia se va disminuyendo conforme se tiene en cuenta a los amigos y la sociedad respectivamente. Es de destacar, que una vez finalizado el curso, la opinión de los amigos cercanos y la sociedad frente a un posible fracaso cobra mayor relevancia, pues la valoración frente a la opinión de los amigos cercanos creció un 4% y la de la sociedad un 10%, al tiempo que la valoración de la opinión de la familia frente a un posible fracaso cayó del 5.1% al 4.99%.

Figura 13. Contexto Segunda Fase



La segunda parte de la sección busca indagar acerca del miedo al fracaso en los estudiantes de la Universidad EAFIT a la hora de emprender. Los resultados de la encuesta para ambas fases están representados en la Figura 14, donde se evidencia una leve variación. De esta manera, los estudiantes al terminar el curso consideraron que el miedo al fracaso no los frenaría a la hora de crear una empresa, pese a que el porcentaje de individuos se disminuyó pasando de 59% a 56%, tal situación fue similar en el estigma social al fracaso donde el porcentaje de individuos que no ven en el mismo un limitante para emprender pasó del 79% al 72%. Destaca el hecho que el porcentaje de individuos que no fracasaron en un proyecto o emprendimiento pasó del 61% al 52%.

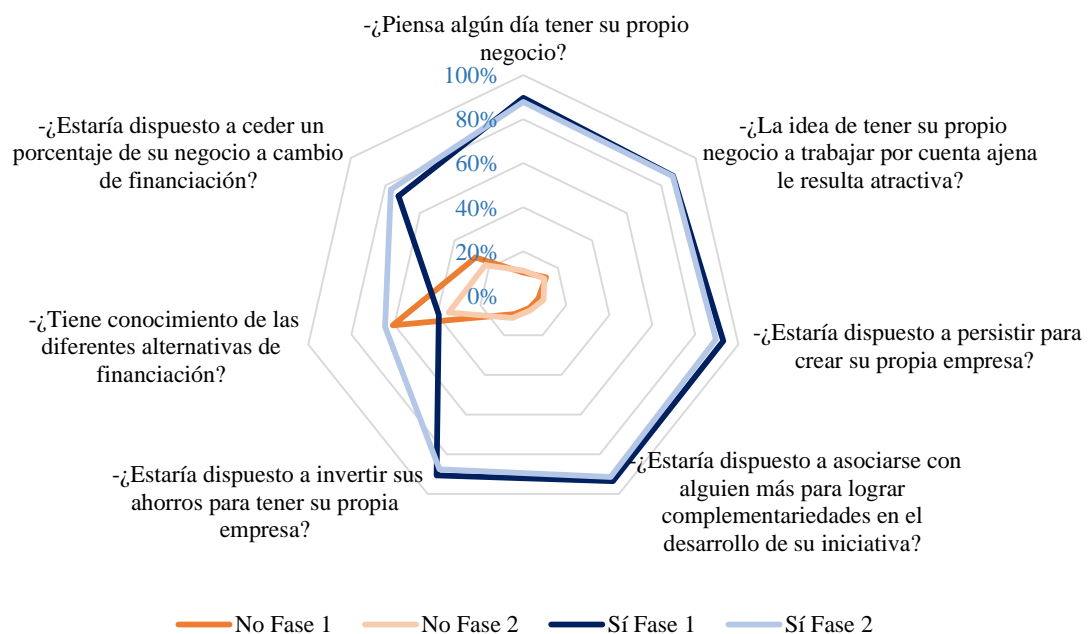
Figura 14. Miedo al Fracaso Segunda Fase



5.6 Propensión a Emprender

La Figura 15 exhibe los resultados con respecto a la propensión a emprender. En general se observa cómo los individuos encuestados poseen una elevada orientación al emprendimiento, donde más del 85% de los estudiantes ven en la actividad emprendedora una opción viable a futuro, para lo cual están dispuestos a persistir, a realizar asociaciones, y a invertir sus propios ahorros. Esta propensión a emprender no presenta mayor variación de una fase a otra de la encuesta, lo que indica que estos estudiantes eran propensos a emprender incluso desde antes de recibir algún tipo de formación institucional al respecto. A su vez, el mayor cambio en este apartado corresponde al conocimiento de las diferentes fuentes de financiación, donde la proporción de individuos que tienen algún conocimiento en la materia pasó del 39% al 64%, lo cual demuestra que, a lo largo del curso, los estudiantes han tenido contacto con información relevante sobre fuentes tradicionales y alternativas de financiación para la actividad emprendedora.

Figura 15. Propensión a Emprender Segunda Fase



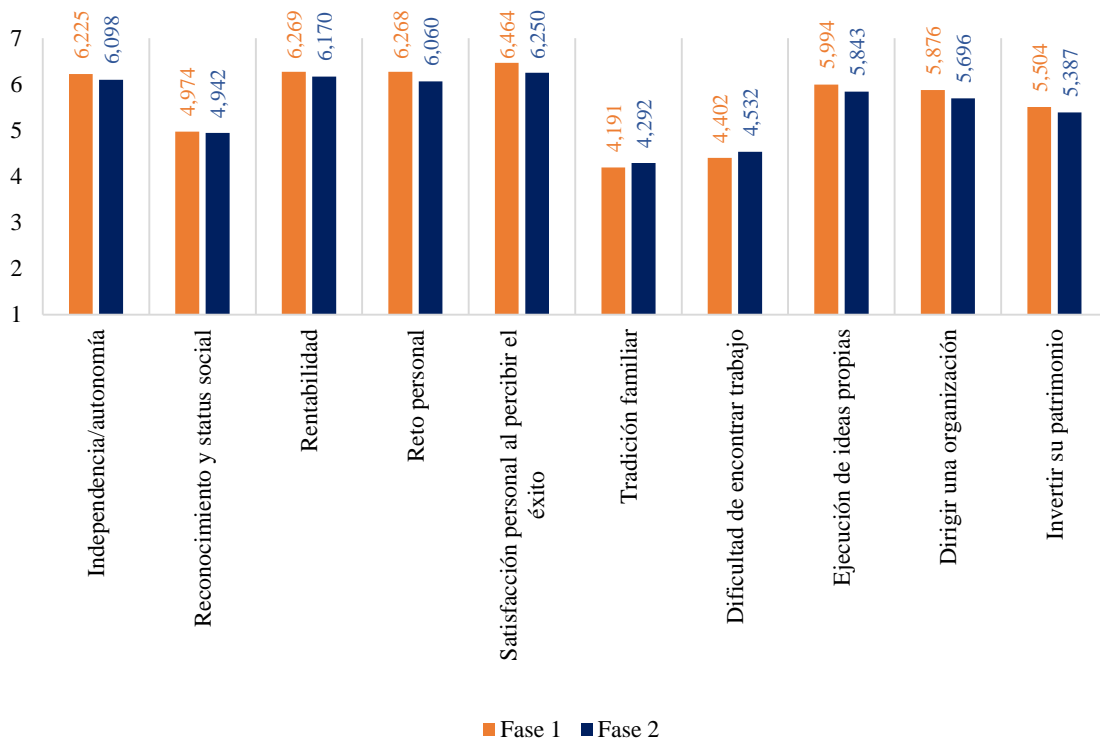
5.7 Motivaciones del Emprendedor

Una de los estímulos en la realización de la encuesta era conocer las motivaciones que pueden tener los estudiantes para emprender, y si el curso en cuestión genera algún impacto sobre las mismas. Una vez analizados los resultados de esta sección que se observan en la Figura 16, se evidencia cómo el impacto de la materia sobre

estas motivaciones es mínimo, pues las valoraciones promedio se conservan más o menos constantes en ambas fases.

En este sentido, los estudiantes están motivados a emprender por diversos factores, donde la mayoría de las respuestas tuvieron mayores valores en la ejecución de ideas propias, invertir el patrimonio, rentabilidad, reto personal, independencia y autonomía, y tener la posibilidad de dirigir una organización. Se destaca que actualmente la decisión de emprender es motivada en menor medida por la dificultad de encontrar trabajo y por seguir tradiciones familiares.

Figura 16. Motivaciones del Emprendedor Segunda Fase



5.8 Conocimiento del Apoyo Institucional

Los resultados con respecto al conocimiento del apoyo institucional fueron favorables, donde la mayor parte de los encuestados ven en la institución un elemento clave como facilitador para el desarrollo de la actividad emprendedora, tal como lo demuestra la Figura 17. Así, el curso en cuestión, sirvió para ratificar la importancia de la Universidad en materia de emprendimiento, lo cual se demuestra en el incremento promedio de la valoración de los individuos para la segunda fase.

En cuanto al conocimiento de casos de emprendedores exitosos de la Universidad, este aumentó de 75% a 87% entre ambas fases de la encuesta, con lo que se resalta el impacto de la materia para contextualizar a los estudiantes. Adicionalmente, si

bien el 96% consideraban positivo desarrollar capacidades emprendedoras dado el contexto actual, desde antes de cursar la materia, al finalizar la misma, esta cifra pasó a 98%.

Finalmente, dentro de los emprendimientos reconocidos por los estudiantes se destacan Skudmart, Hatsu, Alamanga, Cinco Avellanas, Don Churro, Mandalas para el Alma, Carro Solar – Proyecto Primavera, entre otros.

Figura 17. Apoyo de la Universidad para el Emprendimiento Segunda Fase

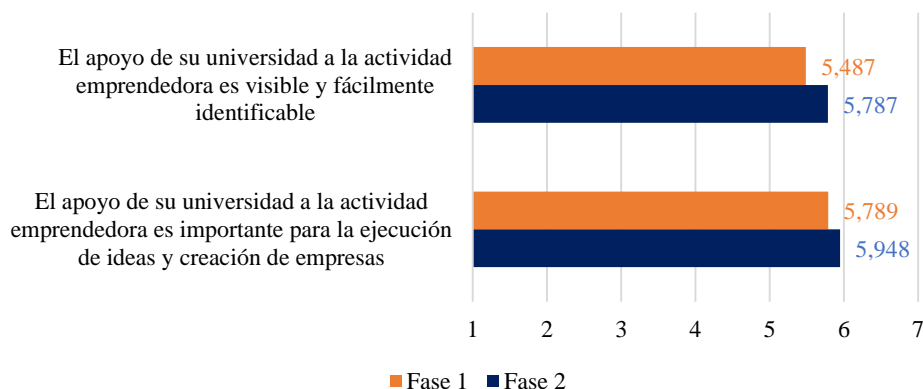
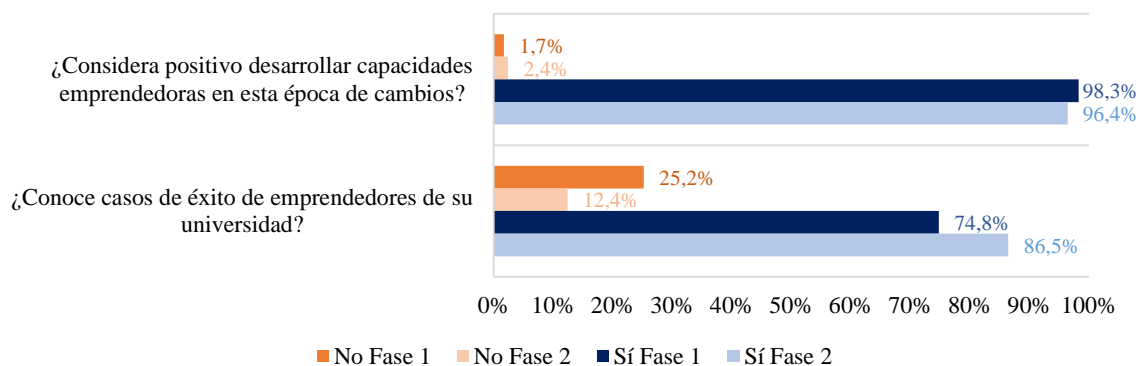


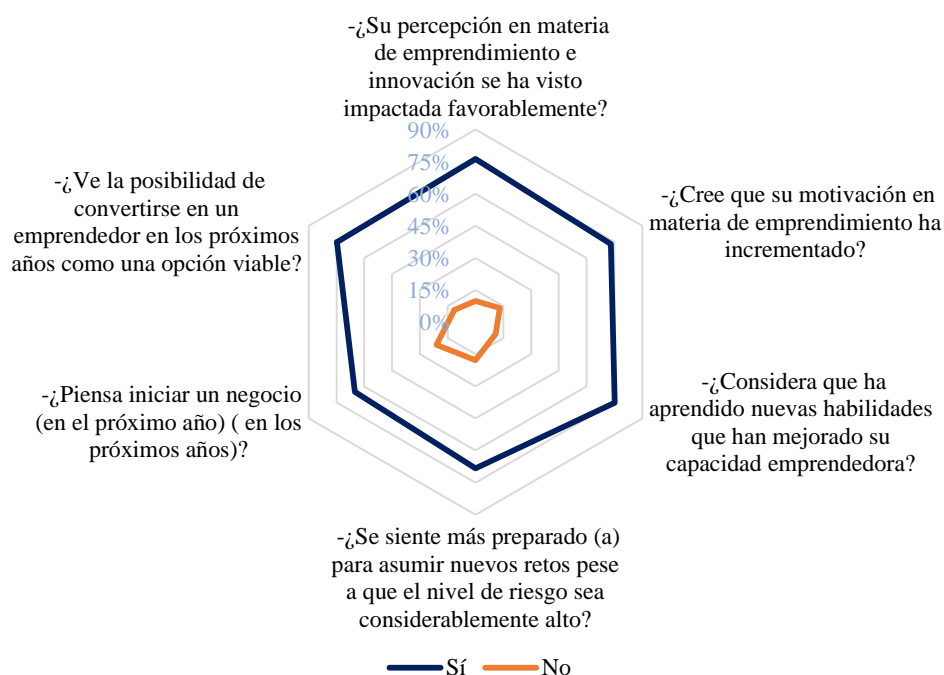
Figura 18. Emprendimiento en la Universidad Segunda Fase



5.9 Impacto de la Materia Iniciativa y cultura Empresarial

Finalmente, en los estudiantes que diligenciaron correctamente ambas encuestas, se evidencia que este curso fue positivo en su mayoría. Así, dichos estudiantes se sienten más preparados para emprender, donde cerca del 65% piensan realizar un nuevo negocio en los próximos años, mientras el 76% considera el emprendimiento como carrera. De esta manera, los estudiantes se sienten más contextualizados y con las habilidades necesarias para ello, y mejoraron su percepción sobre este tipo de actividades, lo cual resalta la importancia de los programas de formación en emprendimiento.

Figura 19. Evaluación de la Materia



6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este informe presenta los principales resultados de la *Encuesta sobre la percepción, intención y actitud emprendedora de estudiantes universitarios para el año 2016*, en el cual se analiza las actitudes, intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes, y se examina la eficacia y la calidad de los programas de educación emprendedora practicados por la Universidad, en particular en la asignatura *Iniciativa y Cultura Empresarial*.

Los resultados indican que los estudiantes de la Universidad EAFIT tienen una percepción favorable hacia la actividad emprendedora, valorando esta por encima de otras actividades, percepción que se ve favorecida con los conocimientos asimilados en el curso. Estos resultados son consistentes con los encontrados por Álvarez, Martins, & López (2016), según los cuales el 67% de los estudiantes encuestados para el informe GUESS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) desean ser emprendedores por encima de otras opciones de carrera, transcurridos cinco años luego de finalizados sus estudios.

Así, dichos estudiantes, ven en el emprendimiento una actividad con un alto reconocimiento social que es importante llevar a cabo aun cuando los riesgos son potencialmente altos. Este hallazgo va en línea con los resultados encontrados por el GEM (2016) para el caso colombiano, donde el 70% de la población encuestada

considera que ser un emprendedor exitoso brinda un alto estatus social, al tiempo que se presta un alto y positivo cubrimiento mediático a los emprendedores.

En materia de características personales, se observa un alto nivel de autoconfianza y perseverancia en los estudiantes encuestados, mientras aspectos como la capacidad de innovación, el manejo de problemas y la creatividad parecen ser una de las mayores debilidades. Una vez culminada la materia, el cambio más favorable estuvo representado en la capacidad de los estudiantes para encontrar nuevas ideas y ponerlas en marcha, así como el manejo de problemas gracias a su facultad para encontrar soluciones rápidas y eficaces a problemas.

Los estudiantes de EAFIT, favorecen la actividad emprendedora, pero saben que para lograrlo deben asumir riesgos, es por ello que presentan una postura arriesgada en especial cuando esperan un éxito potencial, es decir, el bajo nivel de aversión al riesgo puede estar justificado en la motivación de alcanzar un logro posterior, lo cual va en línea con las investigaciones realizadas por Brockhaus (1980), Efrata, Hadiwidjojo, & Aisjah (2016), Hamzah, Yahya, Sarip, & Mohd Adnan (2016), Kan & Tsai (2006). Esta alta propensión al riesgo está acompañada de una elevada proactividad, caracterizada por la actitud competitiva y por el nivel de iniciativa para iniciar acciones y dar su opinión. Es de destacar que tanto la asunción al riesgo como la proactividad se incrementan una vez finalizado el curso.

Con respecto al miedo al fracaso, se evidencia cómo alrededor del 40% de los encuestados ven en el fracaso un limitante a la hora de llevar a cabo una actividad emprendedora, resultados que son consistentes con los hallazgos del GEM (2016) donde el 37.8% de la población bajo análisis se abstendría de crear una empresa por miedo al fracaso. En general, la mayor parte de los estudiantes consideran importante la opinión de su entorno cercano con respecto al fracaso, siendo más importante el estigma relacionado al fracaso que pueda partir de la familia, luego de los amigos y finalmente de la sociedad.

Así, la mayor parte de los estudiantes encuestados desean llevar a cabo actividades emprendedoras, motivados principalmente por factores como la satisfacción, la independencia, el reto personal, la rentabilidad, entre otros. Es decir, el comportamiento y la intención emprendedora son fundamentalmente una forma de realización personal (Baum, Frese, Baron, & Katz, 2007).

Por otro lado, el haber visto el curso, les brindó herramientas a los estudiantes para mejorar no solo su intención emprendedora sino también para conocer aspectos relacionados con el entorno emprendedor, como son las diferentes fuentes de financiamiento de las que previamente no se tenía mayor conocimiento.

Si bien los estudiantes que respondieron a la encuesta provienen de distintos entornos y estudian en las diferentes carreras que ofrece la Universidad EAFIT, la mayoría de ellos entiende que es importante crear y formar aptitudes emprendedoras útiles en un proceso de creación de empresas, así como en la generación de actividades de intraemprendimiento dentro de las organizaciones ya establecidas. Es decir, la educación para el emprendimiento es vista por la mayoría

de los estudiantes eafitenses como una herramienta para desarrollar nuevas ideas en su quehacer diario. Además, son conocedores de los casos exitosos de otros estudiantes de la universidad que han incursionado en actividades emprendedoras, y este conocimiento es más evidente después de haber cursado la materia de *Iniciativa y Cultura Empresarial* dado que analizan estos casos de éxito en clase.

Finalmente, los estudiantes encuestados, en general reconocen el apoyo institucional con relación a todo lo que se refiere a iniciativas emprendedoras y tienen una valoración muy positiva respecto al tema. Esto adquiere incluso más relevancia si se considera que si bien varios estudiantes ven el emprendimiento como una actividad importante, no necesariamente quieren crear empresa o ser empresarios, es decir desean ser emprendedores en lo que hacen, creando y ayudando en sus respectivos campos de actuación, fomentando el dinamismo en su entorno y colaborando en la mejora de la competitividad de la región en el contexto global.

7. RECOMENDACIONES E IMPLICACIONES

Este informe, ofrece información relevante con respecto a la percepción emprendedora de los estudiantes universitarios, sirviendo como un mecanismo para el diseño de programas académicos orientados a fomentar las capacidades cognitivas y las habilidades prácticas de los estudiantes, con el fin de estimular el espíritu emprendedor de este colectivo. En este sentido, los cursos de formación en emprendimiento como la materia *Iniciativa y Cultura Empresarial*, asumen un rol determinante en la formación integral de los estudiantes al permitirles obtener conocimientos acerca del contexto emprendedor, al tiempo que les posibilita desarrollar y fortalecer competencias como la autoconfianza, la creatividad, la proactividad, la orientación al logro, entre otros.

Por otro lado, según lo evidenciado en la encuesta, el reto de la asignatura será fortalecer las competencias de los estudiantes en lo que se refiere a la capacidad innovadora y creativa, bien como, el correcto manejo del miedo al fracaso y la preocupación con el estigma social que lo genera. Por ende, la recomendación es que se considere específicamente estos puntos en el contenido del micro currículo de la materia, proponiendo actividades que fortalezca la autoconfianza específicamente en los temas de creatividad e innovación. Además, se sugiere añadir al programa actividades con testimonios de emprendedores exitosos que han fracasado en intentos previos de emprendimiento, dado que este tipo de ejemplo podría colaborar en el entendimiento del fracaso como parte del proceso de aprendizaje.

Finalmente, la Universidad debe seguir motivando un tema central que es la formación de formadores, es decir, brindar a los profesores la formación necesaria

y las herramientas idóneas para inspirar a los estudiantes en vías de crear una cultura emprendedora que transforme a la sociedad a través de la mejora de la competitividad. Como se destaca en estudios previos (Iglesias et al., 2016), para lograr lo anterior es recomendable promover programas específicos de formación direccionados a los docentes con un particular énfasis en emprendimiento e intraemprendimiento como una competencia. Precisamente decisiones como estas desde la academia, son las que permitirán avanzar en vías de mejorar la calidad de la educación superior y en especial la orientada a la formación en emprendimiento. Igualmente, importantes serán los logros en la investigación que promoverán avances teóricos e innovaciones didácticas reales en la docencia desde la generación de nuevo conocimiento.

8. REFERENCIAS

- Acs, Z. J., & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.
- Álvarez, C. P., Martins, I., & López, T. (2016). *El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia: Resultados del GUESSS Colombia 2016*. Medellín.
- Audretsch, D. B., Falck, O., Feldman, M. P., & Heblich, S. (2012). Local entrepreneurship in context. *Regional Studies*, 46(3), 379–389.
- Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press.
- Baum, J. R., Frese, M., Baron, R. A., & Katz, J. A. (2007). Entrepreneurship as an area of psychology study: An introduction. *The Psychology of Entrepreneurship*, 1–18.
- Bridge, S., & O'Neill, K. (2012). Understanding enterprise: entrepreneurship and small business. Retrieved from [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4B4dBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bridge,+S.,+O%27Neill,+K.+and+Cromie,+S.+\(1998\),+Understanding+Enterprise,+Entrepreneurship+%26+Small+Business&ots=lumaswFghW&sig=ycb1_wkSqxBQu5e5PJnIJ652WSM](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4B4dBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bridge,+S.,+O%27Neill,+K.+and+Cromie,+S.+(1998),+Understanding+Enterprise,+Entrepreneurship+%26+Small+Business&ots=lumaswFghW&sig=ycb1_wkSqxBQu5e5PJnIJ652WSM)
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509–520.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Drucker, P. F. (1985). *Entrepreneurial strategies, innovation and entrepreneurship practice and principles*. Harper & Row, New York.
- Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. M. (2012). *El ADN del innovador: claves para dominar las cinco habilidades que necesitan los innovadores*. Grupo Planeta (GBS).

- Efrata, T. C., Hadiwidjojo, D., & Aisjah, S. (2016). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Role Models: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions?(Studies at Management and Business Students in Indonesia Universities).
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666.
- Friis, C., Karlsson, C., & Paulsson, T. (2006). Relating entrepreneurship to economic growth. In *The emerging digital economy* (pp. 83–111). Springer.
- Galindo, M.-Á., & Méndez, M. T. (2014). Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work? *Journal of Business Research*, 67(5), 825–829.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2016). *Reporte Nacional GEM Colombia 2015*. Cali. Retrieved from <http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2015-report-nacional/>
- Hamzah, H., Yahya, Z., Sarip, A. G., & Mohd Adnan, Y. (2016). Impact of entrepreneurship education programme (EEP) on entrepreneurial intention of real estate graduates. *Pacific Rim Property Research Journal*, 22(1), 17–29.
- Henrekson, M., Johansson, D., & Stenkula, M. (2010). Taxation, labor market policy and high-impact entrepreneurship. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 10(3–4), 275–296.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education + Training*, 47(2), 98–111. <https://doi.org/10.1108/00400910510586524>
- Iglesias, P. P., Jambrino, C., Peñafiel, A., Kokash, H., & McCracken, M. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education+ Training*, 58(2).
- Kan, K., & Tsai, W.-D. (2006). Entrepreneurship and risk aversion. *Small Business Economics*, 26(5), 465–474.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–598.
- Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033–1051.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11–35.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. *Final Report to OECD, Paris*.

- McIntyre, J. (2000). University Education for Entrepreneurs in the United States: A Critical and Retrospective Analysis of Trends in the 1990's. Retrieved from <https://scholar.google.es/scholar?q=McIntyre%2C+J.R.+%26+Roche%2C+M.%2C+University+education+for+entrepreneurs+in+the+United+States%3A+a+critical+and+retrospective+analysis+of+trends+in+the+1990s%2C+Center+for+International+Business+Education+%26+Research>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Retrieved from https://books.google.es/books/about/The_theory_of_economic_development.html?id=-OZwWcOGeOwC&pgis=1
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*. Retrieved from <http://amr.aom.org/content/25/1/217.short>
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3(1), 119–138.
- World Economic Forum. (2014). The global competitiveness report 2013-2014. In *Ginebra: World Economic Forum*.