

Perfil emprendedor de un grupo de estudiantes universitarios de administración de empresas

Enterprise profile of a group of university students of business administration

LUNA PEREIRA, Henry O¹
AVENDAÑO CASTRO, William R²
RUEDA VERA, Gerson³

Resumen

Se analiza el perfil emprendedor de un grupo de estudiantes de pregrado adscritos a un programa de Administración de Empresas y se comparan estos resultados con los hallazgos del informe del *Global Entrepreneurship Monitor* del 2016. Correspondió a un estudio de corte cuantitativo de tipo no experimental-transversal. La muestra estuvo integrada por 240 participantes quienes diligenciaron un cuestionario estructurado. Los resultados muestran que los factores percepción de oportunidades, temor al fracaso y empresarios intencionales, presentaron valores por encima de los hallazgos nacionales.

Palabras clave: emprendimiento; perfil emprendedor; administración de empresas; enseñanza universitaria.

Abstract

Analyzed the entrepreneurial profile of a group of undergraduate students assigned to a Business Administration program and these results are compared with the findings of the 2016 Global Entrepreneurship Monitor report. It corresponded to a quantitative cutting study of a non-experimental-transversal type. The sample consisted of 240 participants who completed a structured questionnaire. The results show that the factors perception of opportunities, fear of failure and intentional entrepreneurs, presented values above the national findings.

key words: entrepreneurship; entrepreneurial profile; business administration; university teaching

1. Introducción

La universidad es una institución social y cultural, un sistema donde surgen y se movilizan las ideas que representan el momento histórico en que se vive (Ortega y Gasset, 2001). Aunque son variadas y diversas las funciones otorgadas a la universidad, creemos que su fin más general y profundo es la de formar ciudadanos, es decir, personas con sentido de lo público capaces de reflexionar y tomar decisiones en diferentes niveles, aunque

¹ Docente Investigador, Universidad Francisco de Paula Santander, Facultad de Ciencias Empresariales, Cúcuta, Colombia. *e-mail:* henryorlandolp@ufps.edu.co

² Docente Investigador, Universidad Francisco de Paula Santander, Facultad de Ciencias Empresariales, Cúcuta, Colombia. *e-mail:* williamavendano@ufps.edu.co

³ Docente Investigador, Universidad Francisco de Paula Santander, Facultad de Ciencias Empresariales, Cúcuta, Colombia. *e-mail:* gersonruedavera@ufps.edu.co

esto exige una construcción tríptica entre las dimensiones ética, estética y científica, espacios desde los que puede -y debe- cada individuo desarrollar todas sus capacidades y habilidades (Misas, 2004).

Bajo esta óptica, se desprenden otras funciones ampliamente abarcadas dentro de la literatura: el desarrollo de capacidades laborales con visión humanística e integral (Pérez y Castaño, 2016), la enseñanza y la investigación (Castro y Mentado, 2019), la transferencia del conocimiento (Etzkowitz y Zhou, 2018), el desarrollo del potencial de adaptación de los individuos (Pérez y Castaño, 2016), establecer alianzas con el sector productivo-empresarial (Peris y otros, 2016), la transferencia tecnológica (Audretsch y Link, 2017; Vázquez, (2017), y claro está, el fomento de la innovación y el emprendimiento (Etzkowitz y Zhou, (2018); Audretsch y Link, (2017; Sanabria, Morales y Ortiz, (2015).

El tema del emprendimiento y la innovación se ha venido insertando cada vez más dentro de la visión de las universidades hasta el punto de reconocerse como una de las misiones encargadas a las instituciones de educación superior Vázquez, (2017); Arias y Aristizábal, (2011). Esta función se traduce en una tarea multilateral para las universidades, pues implica varios frentes de acción, por ejemplo, desarrollo de emprendimientos tecnológicos, apoyo a grupos de investigación, alianzas con el sector productivo para responder a las necesidades la sociedad, y la formación de individuos con capacidades y habilidades para emprender e innovar desde el saber científico y disciplinar correspondiente. Claro está, para las universidades públicas no es una tarea sencilla por cuanto se ven sometidas a los procesos y reglas burocráticas que reducen su autonomía y su presupuesto, lo cual es incompatible con una universidad emprendedora (Clark, 2001).

Lo cierto es que el emprendimiento y la innovación llegaron para quedarse, y hoy representan a uno de los principales tópicos de estudio e interés para las universidades, los Estados, las empresas y los organismos internacionales. Una muestra de ello es el *Global Entrepreneurship Monitor* -GEM-, un proyecto creado en 1999 por el por el *London Business School* y el *Babson College*. Se trata de un extenso estudio sobre el emprendimiento a nivel mundial en el que participan más de 100 países y cuyo objetivo es medir los niveles de emprendimiento de los países e identificar las relaciones que hay entre esta variable con el desarrollo (Amorós, 2011). Colombia se vinculó al GEM desde 2006 con un equipo nacional de investigación conformado por cuatro instituciones de educación superior: Universidad de los Andes, Universidad Icesi, Pontificia Universidad Javeriana-Cali y Universidad del Norte. A partir de entonces, cada año se realiza un informe nacional en el que se evalúa la actividad emprendedora colombiana, enfatizando en las actitudes, actividades y aspiraciones que giran en torno a ella.

En la primera década del siglo XXI se tuvieron algunos avances en materia de formación y fomento del emprendimiento en Colombia. Se expidieron algunas leyes, varios documentos Conpes (3297 de 2004, 3439 de 2006, 3484 de 2007) y una política nacional (Tarapuez, Osorio y Botero, 2013). En el caso de la política, ésta busca facilitar: 1. Las alianzas y las interrelaciones del sector público y privado con las universidades, 2. Las condiciones y los escenarios requeridos para el desarrollo del emprendimiento, y 3. La inversión para el desarrollo del emprendimiento desde el nivel local hasta el regional y nacional. Los componentes de esta política incluyen la capacitación, la innovación, el comercio, el medio ambiente y los trámites de naturaleza legal.

Pese al desarrollo legislativo y normativo en materia de emprendimiento, innovación y competitividad de las dos primeras décadas del siglo XXI en Colombia, los indicadores y avances en estos aspectos siguen siendo bajos. En el *Global Competitiveness Report* del 2019, el país fue calificado tan sólo con 36 puntos de 100 en capacidad de innovación. En el factor habilidades de la dimensión capital humano, la calificación llegó a 60, y en el factor productos de la dimensión mercados, la calificación fue de 53 puntos. En general, Colombia ocupó el puesto 57 de 141 (Schwab, 2019). En ese sentido, la legislación y las normas jurídicas, no constituye una fórmula que asegure el desarrollo y el fortalecimiento del emprendimiento (Tarapuez, et al., (2013).

Por otro lado, la educación en todos sus niveles y etapas si constituye un factor crítico en el desarrollo y fortalecimiento de las habilidades, destrezas y competencias asociadas con el emprendimiento, la innovación y la productividad, y en esa órbita, la universidad juega un papel determinante (Martínez y otros, 2019; Saldarriaga y Guzmán, 2018). El objetivo de esta investigación es analizar el perfil emprendedor de un grupo de estudiantes de pregrado adscritos a un programa de Administración de Empresas de una universidad pública situada en la ciudad de Cúcuta (Colombia). Para ello, se tuvo en cuenta como base, la línea de investigación planteada por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) - Capítulo Colombia.

1.1. Revisión de la literatura

Los conceptos emprendimiento y emprendedor no se encuentran perfectamente delimitados dentro de la literatura, aunque cuentan con una larga historia evolutiva Suárez y Vásquez, (2015); Acs et al., (2012). El término emprendimiento tiene su origen en el vocablo francés *entrepreneur*, el cual traduce iniciar algo o tomar decisiones, y ya desde el siglo XVII se utilizaba para referirse al arquitecto o al maestro de obra quienes tenían como trabajo la construcción o edificios por encargo (Uribe, 2017; Rodríguez, 2009). Sin embargo, debe considerarse que siglos atrás, incluso hace menos de un siglo, el emprendimiento no implicaba un factor determinante en la generación de riqueza y el aumento de la producción, pero con la introducción del juicio dentro de los factores tierra, trabajo y capital, se impulsan transformaciones profundas originando el emprendimiento (Tarapuez, et al., (2008).

Cardona, Vera y Tabares (2008) explican que el economista francés Richard Cantillon introdujo el término el término emprendedor *-entrepreneur-* en los inicios del siglo XVIII. De la misma forma, indican que Say en 1803, afirmó que el “emprendedor” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

Otra característica de esta categoría de estudio es que se relaciona con diferentes disciplinas del conocimiento como la psicología, la educación, el derecho, la economía, la psicología, entre otras (Sanz, 2013; Acs y otros, 2012). En efecto, cada uno de estos campos ha permitido el estudio del emprendimiento desde diversos ángulos. Otra particularidad del emprendimiento es que éste ha desembocado en el uso de otros términos y conceptos, por ejemplo, factor empresarial, función empresarial, iniciativa emprendedora, e incluso, se habla del espíritu emprendedor (Vélez y Ortiz, 2016), lo que ha llevado a ambigüedades o a un uso indiscriminado de la palabra. De la misma manera, ha sido empleado en muchos casos para describir diferentes personalidades bajo el título tipo de emprendedor (Sanabria y Pereira, 2014).

Una revisión de la síntesis que realiza Gámez (2014) en torno a las diferentes formas de entender el emprendimiento, muestra que esta última constituye una categoría compleja. Desde el ámbito de la economía, se distinguen escuelas como la clásica, la neoclásica y el nuevo institucionalismo económico, así como la de autores contemporáneos como Schumpeter o Kizner; desde la sociología se incluyen autores como Weber y Thornton. En el ámbito de la psicología se exploran expertos como McClelland, De Bono y Moriano; y desde la administración se tiene a Fayol, Taylor, Drucker y Porter. En general, la exposición de Gámez (2014) muestra que el emprendimiento se puede relacionar con la empresa o la generación de empresa, la productividad, la creación de nuevos productos o servicios -o la mejora de estos-, la personalidad de los líderes o empresarios, los roles desempeñados, los cambios y transformaciones introducidos, la eficiencia, la efectividad, el comportamiento, el desarrollo de proyectos, el liderazgo, la planificación y estrategia, la creatividad, entre otros tantos (ver tabla 1).

Tabla 1
 Algunas nociones del emprendimiento desde diversas perspectivas y enfoques

Enfoque o perspectiva	Autores y principales ideas
Economía	Clásicos Cantillon (1734): Riesgo, incertidumbre, ser inteligente, productor contratado y emprendedor Turgot (1776): Riesgo, ser inteligente Smith (1776): Trabajador superior, innovador, acumulación Say (1821): Riesgo, beneficio, experiencia, buen juicio, innovador
	Neo-clásicos Weber (1905): innovación, capital, empresario tradicionalista-capitalista Marshall (1890): Trabajador superior, business man, incertidumbre Keynes (1936): animal spirits, temperamento, posibilidad de crear empresas, ambiente político y social Knight (1942): tenaz, enérgico y confiado, riesgos asegurables, riesgo diferente de incertidumbre Hayek (1968): Búsqueda constante de oportunidades, ventaja
	Schumpeter (1939, 1947) Emprendedor en solitario, oportunidades, destrucción creativa, innovación es diferente a invento, innovación discontinua, innovación temporal, empresarios, beneficio, inversión, dirección, oportunidad, respuesta creativa, creencias, ahorro, asunción de riesgos, trabajo físico e intelectual tomar iniciativa y crear, entorno social y cultural, cambio tecnológico, personalidad y la fuerza de voluntad
	Kirzner (1986) Innovación, oportunidades, conocimiento útil y sus límites, propensión emprendedora, entrepreneurial alertness, creatividad
	Nuevo Institucionalismo Económico North (1993): Decisión individual, instituciones, aprendizaje cultural, costes de transacción Galbraith (1958): Individuo talentoso, educación, oportunidad económica, innovación, investigación Kalmanovitz (2001): Acumulación de capital para incorporar a la población desempleada o subempleada
	Otros economistas Baumol (1968): Formas de estimular la actividad emprendedora, se puede fomentar y entrenar Fontela (2006): Ámbitos financiero, gestión e impulsador, educación, arte, intuición, inspiración, estética Guzmán (2005): Educación, motivación, cooperación y proactividad; intuición, inspiración, estética Max-Neff (2006): Empresas y prácticas sociales
Sociología	Weber (1905): Características individuales, origen, empresario tradicionalista y empresario profesional, valores éticos y religiosos
	Smelser (1965): Prestigio, compensación social, desbaratamiento de patrones de producción
	Simmel (1900): Fruto de tradiciones, conocimientos, creencias, se beneficia de competencia
	Swedberg (2002): Valores y hábitos, iniciativa de grupo ante la exclusión, estrategias, redes
	Thornton (1999): Emprendimiento desde empleadores y empresas constituidas, adquisiciones corporativas, el espacio y el tiempo
	Pinillos et al (2007): Características de cada país, cultura, contexto
Psicología	McClelland (1970): Rasgos personales, geografía humana, motivaciones, influencia de la familia y entorno, necesidad de logro, perseverancia y autoconfianza, grados de emprendimiento diferentes en países industrializados y no industrializados, urbanización, medios de comunicación
	Carland (1984): Personalidad, locus de control, perseverancia, necesidad de independencia, resultados esperados, diferencia entre emprendedor y no emprendedor
	Gartner (1985): Riesgo, locus de control, necesidades de cumplimiento y de dependencia, contexto, numerosas influencias
	Virtanen (1997): Metas, logros
	Moriano (2005): Trabajador en red, valores individuales – poder, logro, hedonismo, autodirección- valores mixtos – universalismo y seguridad-, valores colectivos –benevolencia, tradición, conformidad-, emprendedores por oportunidad diferentes de emprendedores por necesidad.
	De Bono (1994): Creatividad, pensamiento vertical y lateral,
	Verstraete (1999): Dimensiones cognitiva, estructural y praxeológica, función en la organización
Administración	Fayol (1916): Separación de operaciones de la empresa, jerarquía, equidad, participación de los trabajadores
	Taylor (1911): Estímulos, trabajo en equipo, excelencia técnica con minimización de costes, óptima utilización de los recursos y la especialización de tareas
	Drucker (1984): Rasgos distintivos de cada individuo y conducta, no personalidad emprendedora, innovación sistemática y para el futuro, no inventos, no es la tecnología fuente de nuevas empresas
	Porter (2002): Competitividad, cambio tecnológico y reducción de costes, cadena de valor, intraemprendimiento
	Peters y Waterman (1984): Creatividad es diferente de innovación, intraemprendimiento
	Busewitz (2001): Estrategia, heurística, conocimiento emprendedor y conocimiento de expertos

Enfoque o perspectiva	Autores y principales ideas
	Dávila (1996): Características personales, percibe oportunidades, se orienta a la acción, corre riesgos razonables
Otros Aportes	Ventakaraman y Shane(2000): Oportunidades lucrativas
	Varela (2001): Identificación de una oportunidad, la participación en el diseño, montaje y operación de la propuesta, la asunción de riesgos en tiempo y prestigio personal, la inversión de tiempo, conocimiento y energía, la búsqueda de recompensas, la creación de riqueza, generación de empleo y la actuación con libertad e independencia

Fuente: Autores a partir de Gámez (2014)

Cardona, et al., (2008) se enfoca en las escuelas de pensamiento económico. De esta línea destaca tres escuelas: la Escuela Schumpeteriana, la Escuela Austriaca y la Teoría de la Acción Planeada. Entre los postulados de esta última teoría, plantean: 1) la intención del individuo es el factor clave para comprender el proceso del emprendimiento; 2) reconoce al individuo como evaluador de las condiciones requeridas para emprender - condiciones tanto internas como externas-; 3) manifiesta la importancia de las redes sociales para desarrollar la actividad emprendedora y; 4) tiene en cuenta otras dimensiones que se relacionan entre sí y que son cruciales para el desarrollo emprendedor y empresarial.

Dicho lo anterior, parece oportuno explicar las dimensiones del emprendimiento, no sin antes dejar a manera de cierre, un concepto que, en nuestra opinión, integra valiosos elementos para la comprensión de la categoría emprendimiento:

Emprendedor es el adjetivo que se asigna a la persona que tiene iniciativa y decisión para acometer empresas. Un emprendedor no es inventor, ni científico, ni dueño de capital; es un innovador que realiza procesos de cambios sociales y tiene carácter multidimensional. El emprendedor asume un proceso constante de innovación valioso por sí mismo y no por sus resultados. Los emprendedores son individuos que imaginan y llevan a la práctica nuevas respuestas a los problemas que enfrentan las sociedades a través del tiempo. Están atentos a las oportunidades para descubrir necesidades insatisfechas y seleccionar fórmulas apropiadas para satisfacerlas. (Gámez, 2014, p. 113)

Una persona emprendedora articula todo un conjunto de factores cognoscitivos, meta-cognitivos, socio-económicos-culturales y psicológicos para lograr el éxito en su proyecto de emprendimiento (Bernal y Cárdenas, (2017); Cardona, et al., (2008); Arenius y Minniti, (2005). En la investigación de Baron y Markman (2018), se propone que todo emprendedor atraviesa por tres fases generales en la creación de empresas -temprana o incipiente, intermedia y posterior al lanzamiento-, y en cada una de estas se articulan diversas variables como: 1) características sociodemográficas y experiencia -edad, educación, género y experiencia gerencial antes a la de empresario-, 2) características motivacionales, y 3) características de personalidad.

Varela y Bedoya (2006) proponen un modelo de formación empresarial fundamentado en dos tipos de competencias: las competencias de conocimiento (CC) relacionadas con los conocimientos requeridos para el desarrollo de la empresa, y las competencias personales (CP) entendidas como las habilidades, comportamientos, actitudes y valores necesarios para convertirse en un empresario exitoso a lo largo del tiempo. Sin embargo, en este modelo se resta importancia al contexto y el entorno, mientras que en la perspectiva del *Global Entrepreneurship Monitor* (2016) se integran los elementos del ambiente y en el estudio de Arenius y Minniti (2005) donde participaron emprendedores de 28 países, se identificaron como variables críticas las características demográficas y económicas.

Para el desarrollo de las competencias de conocimiento y personales, Varela y Bedoya (2006) proponen en su modelo seis etapas en el proceso: 1) formación en espíritu empresarial, 2) formación en generación y evaluación de ideas de negocio, 3) evaluación de oportunidad de negocio, 4) elaboración del plan de negocio, 5) proceso de arranque, y 6) crecimiento y desarrollo (Varela y Bedoya, 2006). Cada una de estas etapas debe estar apoyada en un proceso educativo y con recursos especialmente asignados e interrelacionados.

El modelo del *Global Entrepreneurship Monitor* integra un proceso multivariado para el desarrollo del emprendimiento en su forma más básica: la creación de empresas. Es multivariado porque incluye diferentes

variables asociadas con el emprendimiento exitoso, empezando por factores internos al sujeto que determinan su conducta y personalidad en relación con la proactividad, la innovación y el riesgo; y siguiendo con elementos del contexto cultural, social, económico y tecnológico. De allí que se hable de un ecosistema empresarial (Global Entrepreneurship Monitor, 2016).

El modelo del *Global Entrepreneurship Monitor* también concibe la actividad empresarial como un fenómeno afectado por tres fuerzas que interactúan en sí: 1) los valores sociales hacia la creación de la empresa, 2) los atributos personales y 3) el contexto socio-cultural, económico, político y tecnológico. A su vez, los atributos personales pueden ser:

- Demográficos como edad, ubicación, género, nivel socio-económico, entre otros.
- Psicológicos entre los que se encuentran la capacidad de identificar oportunidades o el temor al fracaso.
- Motivacionales que incluye la relación necesidad versus oportunidad, los objetivos trazados y la motivación al logro.

Al igual que en el modelo del *Global Entrepreneurship Monitor*, y los hallazgos de estudios como los de Arenius y Minniti (2005), Baron y Markman (2018) y Dvouletý (2017), Castiblanco (2013) señala que el proceso de emprendimiento debe ser apropiado para el territorio -con un enfoque territorial-, y con apoyo de las capacidades y competencias de los individuos. El medio / entorno influye en las actitudes de los individuos porque la interacción con el medio produce cambios porque allí se encuentra implícito un proceso de aprendizaje y constante estímulo. Ello conlleva a que ningún proceso de emprendimiento enmarcado en el desarrollo local sea igual a otro, y por tanto, las particularidades locales son determinantes en estos procesos de creación de empresas.

De acuerdo al estudio del *Global Entrepreneurship Monitor* (2016), la mayoría de los empresarios se encuentran motivados y guiados más por oportunidades que por necesidades. Estos empresarios representaban el 78% en las economías impulsadas por la innovación y el 69% en las economías impulsadas por la eficiencia. Al respecto Perego y Miguel (2014), resaltan la importancia de la innovación de base tecnológica en las empresas: “las empresas de distintas industrias han sido testigos de la diversificación tecnológica asociada a la creciente complejidad de los productos” (p. 5). Los autores citados se refieren a la inteligencia económica presente entre los emprendedores y que es requisito esencial en los proyectos de creación de empresas, una inteligencia que se ubica en un plano superior, y que se orienta, principalmente, hacia la información disponible en el exterior de la organización.

Volviendo a los hallazgos del estudio del GEM (2016), se evidencia que el 21% de los adultos de las 62 economías participantes tienen la intención de crear una empresa en los próximos 3 años. El grupo etario de 25-35 y de 35-44 años presentaron las mayores propensiones hacia la creación de nuevas empresas, es decir, son personas con una potencialidad hacia los emprendimientos.

La proporción de empresarios con una expectativa media-alta de generación de empleo son similares en todos los niveles de desarrollo. Alrededor de 1 de cada 5 nuevos empresarios manifiestan que emplearan 6 o más personas. Los empresarios de los Estados Unidos muestran los niveles más altos en esta medida, con un 32% de expectativa de crear más de 6 empleos. En este aspecto, Barrios (2014) indica que a nivel industrial, las pequeñas y medianas empresas -Pymes- representan en Latinoamérica cerca del 80% de todas las empresas registradas, y contribuyen con cerca del 68% de la generación total de empleo y con un poco más del 50% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional.

2. Metodología

Corresponde a un estudio de corte cuantitativo con enfoque no experimental - transversal y nivel descriptivo, enmarcado en el paradigma empírico analítico. La población de la investigación estuvo conformada por 2.556 estudiantes del programa de Administración de Empresas de una universidad pública de la ciudad de Cúcuta (Colombia). La muestra fue calculada a través de un muestreo aleatorio simple con un nivel de confianza del 95%

y un margen de error de muestreo del 5%. La muestra correspondió a 240 estudiantes distribuidos entre la jornada diurna y nocturna -77% y 23%, respectivamente-.

Previo al trabajo de campo y cálculo de la muestra, se realizó un pilotaje con el 5% de la población y con el propósito de evaluar el instrumento en cuanto a su claridad y aplicabilidad. Se detectaron algunas oportunidades de mejora para el instrumento, por ejemplo, falta de claridad en preguntas, términos técnicos y dificultad para entender el objeto de variables. La versión final del instrumento fue sometida a juicio de expertos.

El instrumento se estructuró en trece bloques -uno por cada variable-y por cada bloque, se introdujeron seis preguntas con tres opciones de respuesta tipo prueba *Likert*: nunca, a menudo y casi siempre. En total, los participantes dieron respuesta a 78 preguntas. En la Tabla 2 se presentan las variables que conformaron los bloques estructurados en la encuesta.

Tabla 2
Variables / bloques del instrumento de la investigación

Variable 1	Iniciativa
Variable 2	Fortaleza ante las debilidades
Variable 3	Capacidad para asumir riesgos
Variable 4	Capacidad para la toma de decisiones
Variable 5	Flexibilidad
Variable 6	Capacidad de aprendizaje
Variable 7	Organización y Planificación del Tiempo y Trabajo
Variable 8	Confianza en sí mismo
Variable 9	Afan de Logro
Variable 10	Visión de empresas
Variable 11	Percepción del entorno social y el proceso emprendedor
Variable 12	Visión de las actitudes frente a los mecanismos que motivan al emprendimiento
Variable 13	Visión frente a las normas sociales y culturales que motivan al emprendimiento

Fuente: Autores / Investigación RED RIACO

La información recabada se tabuló y analizó aplicando técnicas de estadística descriptiva. Se integraron los hallazgos de los trece bloques en un solo gráfico relacionando los resultados de la encuesta aplicada con los hallazgos del indicador actitudes y percepciones empresariales del documento GEM Colombia 2016. Con esto se buscó identificar las capacidades de emprendimiento en el objeto de estudio.

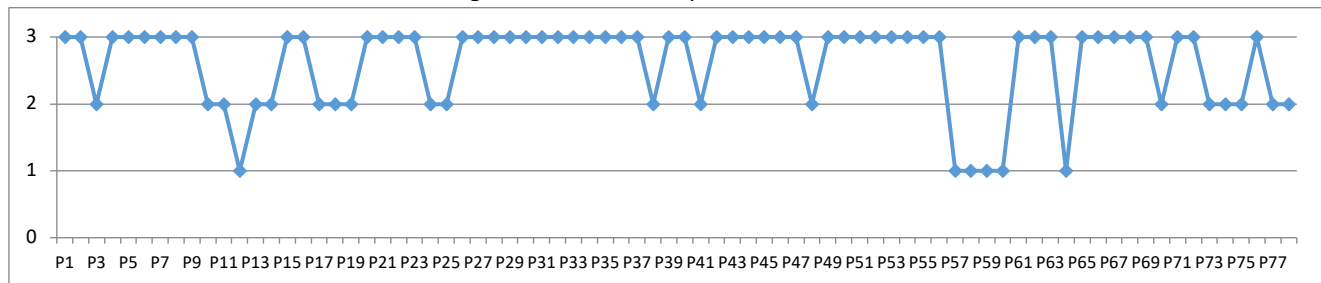
3. Resultados

Los resultados del estudio se presentan en dos apartados: 1) Análisis descriptivo de las preguntas y su análisis por bloques, y 2) Cotejo de resultados entre hallazgos de este estudio y los obtenidos dentro del informe GEM Colombia 2016.

3.1. Análisis descriptivo de los resultados: aplicación del instrumento

En la figura 1 se presenta el perfil significativo de las respuestas obtenidas de los participantes del estudio. Se puede observar que en las respuestas predominó la opción *casi siempre* (calificación 3) como características de emprendimiento percibida por los estudiantes.

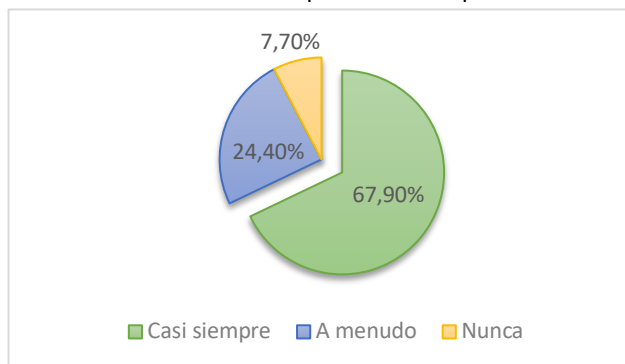
Figura 1
Perfil significativo en las respuestas del cuestionario



Fuente: Autores

La opción *casi siempre* alcanzó el 67,9% de las respuestas como logra observarse en la gráfica 2. La elección *a menudo* mostró el 24,4% y la alternativa *nunca* reveló el 7,7%.

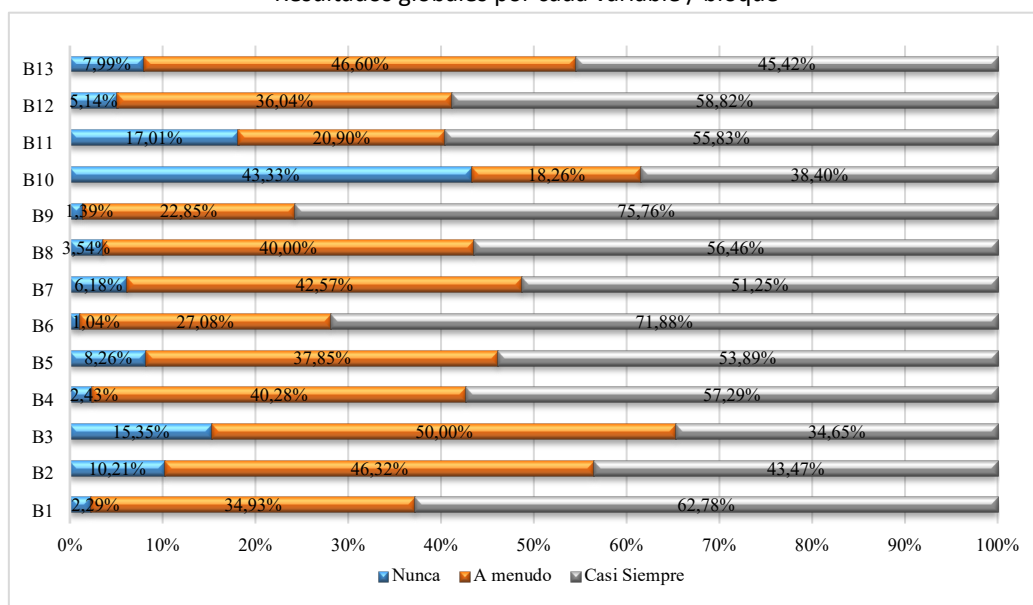
Figura 2
Prevalencia de las opciones de respuestas



Fuente: Autores

En la figura 3 se aprecian los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

Figura 3
Resultados globales por cada variable / bloque



Fuente: Autores

La lectura, interpretación y discusión se hace por cada una de las variables / bloques, y se comparan estos hallazgos frente a los resultados de otros estudios y las perspectivas conceptuales y teóricas de otros autores.

B1. Iniciativa como cualidad para el emprendimiento. El 62,78% de los encuestados respondió que esa característica está presente casi siempre. Los hallazgos significativos en el estudiante de administración de empresas indican que son individuos orientados a realizar las actividades por su cuenta. Son jóvenes con metas y propósitos, aunque no se puede determinar la claridad y pertinencia de las mismas. Corresponde a un rasgo psicológico y motivacional que caracteriza al empresario, al igual que la energía, la orientación, la motivación, la visión de futuro, la propensión al riesgo y el dominio / control interno (Martínez, 2008).

B2. Fortaleza ante las debilidades como estrategia para generar un cambio en el emprendedor. A esta variable el 46,32% respondió que a menudo tienen presente esa característica. Su perfil se caracteriza porque los obstáculos que se les presentan, los animan a seguir adelante. Su visión cómo emprendedor, les lleva a tener la confianza y asumir los fracasos como oportunidades de mejora.

B3. Capacidad para asumir riesgos. El estudio realizado permitió valorar la capacidad para asumir riesgos. El 50% respondió que a menudo asumirían el riesgo y el 15,35% expresa que nunca. Este resultado contradice un poco ese factor asociado con el emprendedor y que se manifiesta en la búsqueda del desafío, la evaluación de metas reales y la aceptación del riesgo. Aceptar riesgos es una cuestión necesaria frente a las metas trazadas y la búsqueda del desafío del emprendedor, un aspecto connatural a su comportamiento y percepción de la realidad (Sánchez, 2003).

B4. Capacidad para toma de decisiones. Los resultados muestran que los estudiantes se consideran prácticos y ágiles en la toma de decisiones. El 57,29% de los encuestados respondió que casi siempre esa característica está presente. Se trata de una capacidad fundamental frente a un mercado y una sociedad que cambia y transforma de manera permanente, y que por tanto, exige la toma de decisiones con la misma velocidad. El adoptar una decisión depende de las situaciones y los problemas que sobrevienen a la marcha de la actividad, y estos ponen al emprendedor / empresario en una situación exigente de tipo cognitivo y metacognitivo por el tipo de habilidades requeridas: identificación de problemas, planteamiento de objetivos, definición de estrategias, entre otras (Martínez wet al., (2018); Iborra, (2014); Ferrer y Clemenza, (2006).

B5. Flexibilidad. El 53,89% de los encuestados se identifican como sujetos flexibles. Dicha flexibilidad se manifiesta en la capacidad de resistencia respecto de situaciones confusas, lo que les permite adaptarse fácilmente. Igualmente aceptan personas con ideas y pensamientos diferentes, están abiertos a discutir sus opiniones con otras personas y admiten sus propios errores. Al igual que las funciones ejecutivas y metacognitivas, la flexibilidad permite en los sujetos variar, adaptarse y tomar nuevas rutas manifestándose en sus emociones, pensamientos y conductas Zaldivar, et al., (2010).

B6. Capacidad de aprendizaje. Frente a esta variable, el 71,88% de los participantes respondieron que casi siempre está presente. De forma connatural, el ser humano tiende al aprendizaje porque sus estructuras mentales están diseñadas para todas las tareas que esto implica. A su vez, el ser humano es guiado por la motivación y el sentimiento de competencia, es decir, la sensación de que está apto y capacitado para hacer algo. Estos elementos explicados, se encuentran presentes en los emprendedores, y el aprendizaje los guía a la innovación, a la creatividad, al desarrollo de la imaginación y a superar los niveles de abstracción (Sosa, 2012).

B7. Organización y planificación del tiempo y del trabajo. El 51,25% de los participantes opinó que casi siempre organizan y planifican su tiempo y trabajo. Como ya se ha señalado, la organización y planificación es una capacidad que involucra tareas cognitivas y metacognitivas, particularmente, las funciones ejecutivas. Un emprendedor maneja de manera adecuada sus tiempos y gestiona oportunamente sus compromisos, lo cual

también se relaciona con la perspectiva estratégica, el conocimiento delo negocio y el entorno, y la posibilidad de situarse en escenarios futuros (Román y Pelakais, 2009).

B8. Confianza en sí mismo. En este aspecto el 56,46% consideró que casi siempre este rasgo está presente. Ese atributo es vital para el desarrollo del espíritu y se relaciona de manera directa con el sentimiento de competencia ya enunciado en las anteriores líneas. La confianza en sí mismo se manifiesta en la participación, las iniciativas, la creación de cosas nuevas, el desarrollo de prácticas alternativas, la vitalidad en el desarrollo de las actividades, el nivel de eficacia mostrado y en la forma en que se asumen los desafíos. También se concreta en el control propio, la resiliencia, el compromiso (Fernández, 2011).

B9. Afán de Logro. Aquí el 75,76% señaló que casi siempre se ven reflejados en esta propiedad. Los participantes opinaron que reconocen sus principales habilidades y destrezas, y las utilizan para lograr las metas, les motiva el cumplimiento de sus logros y les gusta el triunfo. Además, cumplen con todas las tareas y responsabilidades asignadas. El afán de logro refleja a los individuos altamente motivados y que proyectan su energía en tareas de alto impacto y significativas porque necesitan de los desafíos y probarse de manera permanente que son capaces de lograr sus propósitos (Sánchez, 2003). La motivación en este proceso juega un papel fundamental, y los factores que pueden incidir en la motivación de una persona son diversos (Cardozo, 2010).

B10. Visión de empresa. Este bloque muestra dos factores de análisis. Uno de ellos es la visión de empresa y el otro la financiación. En lo que respecta a la visión de empresa, el 71% manifestó que casi siempre esa característica está presente en ellos. Les interesa, particularmente, ser un empleador y no un empleado. Igualmente manifestaron su intención de crear una empresa en los próximos 3 años, es decir, como futuros gerentes se sienten creativos y con confianza para sus emprendimientos (Sosa, 2012). En cuanto a la financiación, el 60,9% manifestó que casi nunca han tenido esa experiencia, pero esto se puede explicar a su condición de estudiantes. No queda de más señalar que muchos emprendedores no logran avanzar en sus proyectos por la ausencia de recursos de financiación y su escaso conocimiento en materia de fuentes de recursos.

B11. Percepción del entorno social y el proceso emprendedor. En su mayoría el 55,83% ha percibido oportunidades de negocio en los últimos 6 meses. Consideran que tienen las habilidades propias necesarias para crear una empresa. Esto sugiere un aspecto central que debe señalarse: los emprendedores no nacen, se hacen (Iborra, 2014; Cardozo, 2010).

B12. Visión de las actitudes de los estudiantes frente a los mecanismos que motivan el emprendimiento. El 55,83% de los participantes consideran que casi siempre los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio. Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito. Se necesita que el emprendedor tenga una visión y actitudes positivas (Cardozo, 2010).

B13. Visión de los estudiantes frente a las normas sociales y culturales que motivan el emprendimiento. El 46,6% de los participantes señalaron que a menudo aceptan las normas sociales y culturales que promueven la autosuficiencia y estimulan la toma del riesgo, la creatividad y la innovación. El enfoque sociocultural relaciona la actividad de creación de una empresa con un conjunto de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos, donde las características son adquiridas a través de la vida del individuo en su proceso de socialización.

3.2. Cotejo de los hallazgos de la investigación y los resultados GEM Colombia 2016

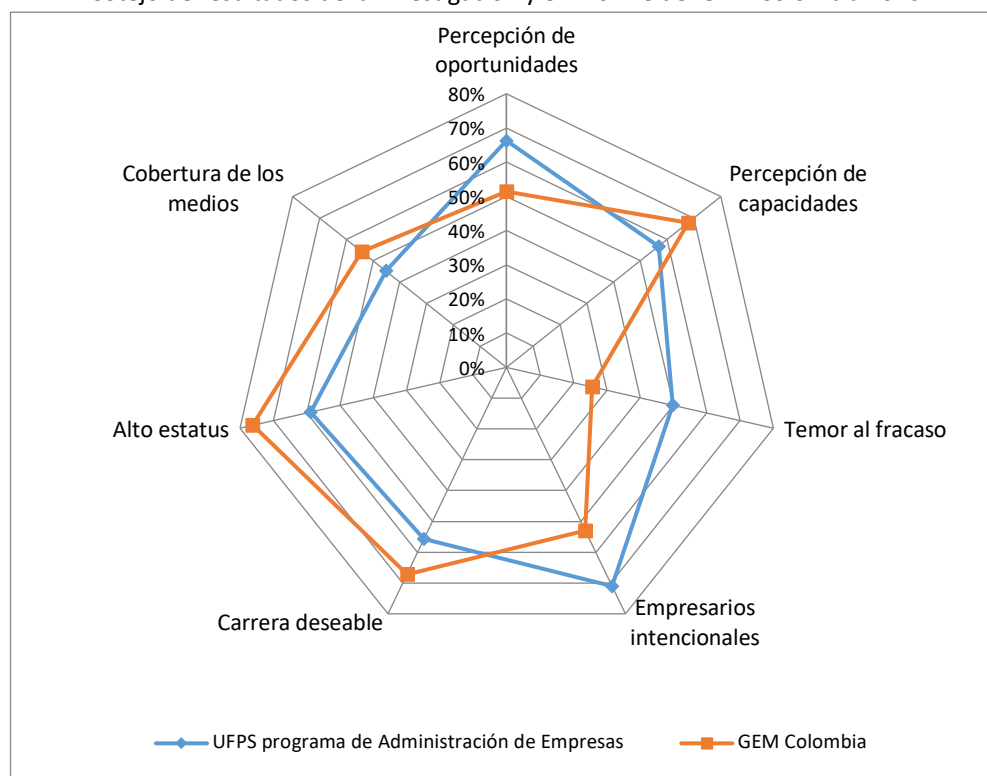
Una vez efectuada la lectura anterior de las trece variables, se cotejó con los resultados presentados por GEM Colombia 2016. Para ello se emparejaron a criterio de los autores, los factores evaluados en el grupo de estudiantes con los hallazgos del indicador actitudes y percepciones empresariales del documento GEM, agrupándolos por similitud de conceptos (tabla 3).

Tabla 3
Emparejamiento de bloques del estudio e indicador actitudes y percepciones empresariales del documento GEM

GEM Colombia actitudes y percepciones empresariales	Bloque del cuestionario RIACO aplicado
Percepción de oportunidades	8,9
Percepción de capacidades	1,2,4,5,6,7
Temor al fracaso	3
Empresarios intencionales	10
Carrera deseable	11
Alto estatus	12
Cobertura de los medios	13

Fuente: Autores

Figura 4
Cotejo de resultados de la investigación y el informe del GEM Colombia 2016



Fuente: Autores

El cotejo entre el estudio a los estudiantes de Administración de la universidad escenario de investigación y los resultados mostrados en el documento GEM Colombia 2016 se presentan en la figura 4. Se evidencia que los estudiantes de Administración percibieron en mayor porcentaje las actitudes y percepciones empresariales siguientes: percepción de oportunidades, temor al fracaso y empresarios intencionales. Esto podría explicarse por su condición de frontera y la constante vivencia y exposición a coyunturas que han impactado a la región fronteriza. Esa realidad ha generado en la zona una tasa de informalidad y desempleo bastante alta en comparación con otras zonas y ciudades del país. Esta realidad obliga a los sectores y las personas buscar alternativas que permitan superar la crisis. Igualmente, en el estudio se encontró menor apreciación en: percepción de capacidades, carrera deseable, alto estatus y cobertura de los medios.

4. Conclusiones

Los resultados de esta investigación muestran que el estudiante de pregrado de Administración de Empresas presenta indicadores más favorables hacia el emprendimiento, considerando que una parte de sus metas y propósitos es la creación de empresas. En general, estos estudiantes se encuentran abiertos al cambio y las oportunidades, son creativos y se proyectan de manera constante en el futuro. Para lo anterior, plantean objetivos, crean estrategias, planifican acciones, controlan tiempos, buscan aprender y se sienten seguros de sí mismos. En este contexto, en todos los bloques examinados, los participantes mostraron seguridad al ser aplicada la metodología GEM. Se considera que están preparados para asumir situaciones complicadas en sus futuros emprendimientos.

El cotejo de los resultados de esta investigación y los hallazgos del informe del GEM para Colombia en el 2016, muestran mejores indicadores en percepción de oportunidades, temor al fracaso y empresarios intencionales. En la mayoría de los demás indicadores, los resultados de esta investigación se acercan a la información presentada por el GEM.

Referencias bibliográficas

- Acs, Z., Audretsch, D., Braunerhjelm, P. y Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(2), 289-300. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-010-9307-2>
- Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia*, (46), 1-15. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/716/71617238002.pdf>
- Arenius, P. y Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>
- Arias, J. y Aristizábal, C. (2011). Transferencia de conocimiento orientada a la innovación social en la relación ciencia-tecnología y sociedad. *Pensamiento & Gestión*, (31). Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3664/4992>
- Audretsch, D. y Link, A. (2017). *Universities and the Entrepreneurial Ecosystem*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Baron, R. y Markman, G. (2018). *Toward a process view of entrepreneurship: The changing impact of individual-level variables across phases of new firm development*. En: R. Golembiewski. *Current topics in management* (pp. 45-63). New York: Routledge.
- Barrios, M. (2014). Efectos del desgaste laboral, como riesgo psicosocial, en la productividad. *Tesis Doctoral*. Universidad de Carabobo, Carabobo, Venezuela.
- Bernal, A. y Cárdenas, A. (2017). Evaluación del potencial emprendedor en escolares. Una investigación longitudinal. *Educación XXI*, 20 (2), 73-94. DOI: <http://dx.doi.org/10.5944/educXX1.14162>
- Cardona, A., Vera, A. y Tabares, J. (2008). *Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura y fondo emprender en Medellín*. Medellín: Universidad Eafit.
- Cardozo, A. (2010). La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos. *Tesis Doctoral*. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España.
- Castro y Mentado (2019). Retos en las funciones de la universidad en la sociedad del conocimiento. *El Guiniguada*, 28, 19-30. DOI: <http://dx.doi.org/10.20420/ElGuiniguada.2019.263>

- Clark, B. (2001). *Creating Entrepreneurial Universities*. Londres: Elsevier Science.
- Congreso de la República (2006, 26 de enero). Ley 1014. Diario Oficial No. 46.164, del 27 de enero de 2006.
- Dvouletý, O. (2017). Determinants of Nordic entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 12-33. DOI: <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2016-0104>
- Etzkowitz, H. y Zhou, C. (2018). *The Triple Helix*. New York: Routledge.
- Ferrer, J. y Clemenza, C. (2006). Habilidades gerenciales como fundamento de la estrategia competitiva en los sectores de actividad metalmecánica venezolana. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, (7)1, 81-100. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3985408>
- Gámez, J. (2014). *Currículo y emprendimiento*. En: L. Pérez (Edit.). *Currículo y emprendimiento. Experiencias en perspectiva* (pp. 113-138). Bogotá: Universidad La Salle.
- Iborra, C. (2014). El emprendedor, ¿nace o se hace? Cómo educar el talento emprendedor. *Journal of Parents and Teachers*, (355), 6-11. <http://dx.doi.org/10.14422/pym.v0i355.2567>
- Martínez, A., Piqueras, J., Delgado, B. y García J. (2018). Neuroeducación: aportaciones de la neurociencia a las competencias curriculares. *Publicaciones*, 48(2), 23-34. <http://dx.doi.org/10.30827/publicaciones.v48i2.8331>
- Martínez, F. (2008). Análisis de competencias emprendedoras del alumnado de las Escuelas Taller y Casas de Oficio en Andalucía. *Tesis doctoral*. Universidad de Granada, Granada, España.
- Martínez, L., Camargo, I., Ortiz, F. e Izquierdo, D. (2019). Emprendimiento e innovación, un reto para la universidad ecuatoriana. *Espacios*, 40(21), 16-22. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n21/a19v40n21p16.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009). *Política de emprendimiento*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Misas, G. (2004). *La educación superior en Colombia: análisis y estrategias para su desarrollo*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Ortega y Gasset, J. (2001). *Misión de la Universidad*. México: Catedra.
- Perego, L y Silvia, R. (2014). *Innovación e inteligencia estratégica*. En línea. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1405/index.htm>
- Pérez, S. y Castaño, R. (2016). Funciones de la Universidad en el siglo XXI: humanística, básica e integral. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19(1), 191-199. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/reifop.19.1.202451>
- Peris, M., Alonso, J., Merigó, J. y Rueda, C. (2016). *Entrepreneurial Universities: exploring the academic and innovative dimensions of entrepreneurship in higher education*. Cham: Springer.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94-119. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05.pdf>
- Román, W; Pelakais, C y Pelakais, E. (2009). Innovación en el proceso organizacional - clave del éxito gerencial. *Revista Electrónica de Gerencia Empresarial*, 1(1). <http://www.publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/viewArticle/242/605>
- Sanabria Téllez, J. A. y Pereira Silva, J. P. (2014). Formación profesional empresarial: ¿Cómo estamos preparando a los alumnos? *Gestión & Sociedad*, 7(2), 119-135.

https://www.researchgate.net/publication/331688481_Formacion_profesional_empresarial_como_estamos_preparando_a_los_alumnos

- Saldarriaga, M., & Guzmán, M. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (85), 125-142. <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>
- Sanabria, P., Morales, M. y Ortiz, C. (2015). Interacción universidad y entorno. Marco para el emprendimiento. *Educación y Educadores*, 18(1), 111-134. DOI: <http://dx.doi.org/10.5294/edu.2015.18.1.7>
- Sánchez, L. (2003). Perfil psicológico del auto empleado. *Tesis Doctoral*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Sanz, A. (2013). *Políticas públicas para emprendedores: Análisis del proyecto de ley de apoyo al emprendedor*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Schwab, K. (Edit.) (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. Ginebra: World Economic Forum.
- Sosa, O. (2012). Gerente edificador de organizaciones espiritualmente inteligentes en las empresas del nuevo milenio. *Tesis Doctoral*. Universidad Fermín Toro, Cabudare, Venezuela.
- Souza, L. (2010). Competencias emocionales y resolución de conflictos interpersonales en el aula. *Tesis Doctoral*. Universidad autónoma de Barcelona, Barcelona, España.
- Suárez, L. y Vásquez, C. (2015). Evolución del concepto de emprendedor: De Cantillón a Freire. *Revista Digital de Investigación y Postgrado REDIP*, 5(3), 882-894. <https://pdfs.semanticscholar.org/53b2/6f405ee1d2f6bfda608515e0e4c0f6359aeb.pdf>
- Tarapuez, E., Osorio, H. y Botero, J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 274-283. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.09.001>
- Tarapuez, E., Zapata, J. y Agreda, E. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24 (106), 83-98. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70033-0](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70033-0)
- Uribe, M. (2017). El emprendimiento: algunas reflexiones desde un enfoque de revisión. *Clío América*, 11(22), 219-239. DOI: <https://doi.org/10.21676/23897848.2436>
- Varela, R. y Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 21-48. https://webcache.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/198
- Vázquez, E. (2017). Transferencia del conocimiento y tecnología en las universidades. *Iztapalapa*, 38(83), <http://dx.doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/832017/atc3/vazquezgonzalez>
- Vélez y Ortiz, (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 346-369.
- Zaldívar, M., Sosa, Y. y López, J. (2010). Definición de la flexibilidad del pensamiento desde la enseñanza. *Revista Iberoamericana de Educación*, 37(4). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3197343>