

**Capacidades emprendedoras en estudiantes de administración de empresas de la
Universidad de la Costa CUC en la ciudad de Barranquilla.**



Walter Arturo Paeres Valencia

Universidad de la Costa
Facultad de Ciencias Económicas
Programa Administración de Empresas
Barranquilla
2016

**Capacidades emprendedoras en estudiantes de administración de empresas de la
Universidad de la Costa CUC en la ciudad de Barranquilla.**

Walter Arturo Paeres Valencia

Trabajo de grado para optar al título de:

Administrador de Empresas

Tutor:

Eduardo Chang Muñoz

Universidad de la Costa
Facultad de Ciencias Económicas

Programa Administración de Empresas
Barranquilla
2016
Nota de aceptación

Firma presidente Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Barranquilla, junio de 2016

Contenido

Introducción	1
1 Problema	3
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Formulación del problema	6
1.3 Sistematización del problema	6
1.4 Objetivos	7
1.4.1 General	7
1.4.2 Específicos	7
1.5 Justificación	8
1.6 Delimitación de la investigación	10
1.7 Marco referencial	11
1.7.1 Estado del Arte	11
1.7.2 Marco teórico	20
1.7.2.1 Emprendimiento	20
1.7.2.1.1 Definición de emprendimiento en el GEM	26
1.7.2.1.2 Características del Perfil Emprendedor	29
1.7.2.1.3 Características Personales	30
1.7.2.1.4 Creatividad como soporte del emprendimiento	31
1.7.2.1.5 Emprendimiento y responsabilidad	32
1.7.2.1.6 Emprendimiento y la toma de decisiones	33
1.7.2.1.7 Características Sociales	34
1.7.2.1.8 Características Psicológicas	38
1.7.2.1.9 Características Sociodemográficas de los Emprendedores	40
1.8 Marco conceptual	44
1.9 Operacionalización de variables	46
1.10 Marco metodológico	48
1.10.1 Enfoque epistemológico	48
1.10.2 Tipo de investigación	49
1.10.3 Diseño de la investigación	49
1.10.4 Técnicas y fuentes de recolección de datos	50
1.10.5 Técnicas de procesamiento de información	52
1.10.6 Población y muestra	52

2	Análisis de resultados: Identificación de las capacidades emprendedoras actuales de los estudiantes del programa de administración de empresas de la universidad de la costa CUC.	54
2.1	Fiabilidad del instrumento.	55
2.2	Las capacidades emprendedoras actuales de los estudiantes del programa de administración de empresas de la universidad de la costa CUC.	56
2.2.1	Las capacidades emprendedoras: aspectos generales.....	57
2.2.2	Las capacidades emprendedoras: incentivos, obstáculos y oportunidades.....	58
2.2.3	Las capacidades emprendedoras: superación personal y creatividad	60
2.2.4	Las capacidades emprendedoras: liderazgo y motivación	63
2.2.5	Las capacidades emprendedoras: responsabilidad social y familia	65
3	Análisis de resultados: Principales factores en la creación de nuevos negocios en estudiantes de administración de empresas en la Universidad de la Costa.	68
4	Análisis de resultados: Relaciones existentes entre las capacidades emprendedoras en estudiantes de administración de empresas en la Universidad de la Costa.	74
5	Conclusiones	77
	Bibliografía	80
	Anexos	88
	Anexo 1: Cuestionario de capacidades emprendedoras en estudiantes universitarios	88

Tabla de Figuras

Fig. 1-1. Fases para identificación de competencias emprendedoras.	13
Fig. 2-1. Curva COR.....	70

Índice de Tablas

Tabla 1-1. Competencias emprendedoras a fortalecer en los estudiantes de la PUJC	14
Tabla 1-2. Definiciones de emprendimiento	24
Tabla 1-3. Operacionalización de Variables	46
Tabla 2-1. Pruebas de fiabilidad total y por componentes	55
Tabla 2-2. Frecuencias para Sexo y variables de perfil general.....	58
Tabla 2-3. Descriptivos para ítems de Incentivos y Obstáculos	59
Tabla 2-4. Descriptivos para Oportunidades.....	60
Tabla 2-5. Descriptivos para ítems de superación personal	62
Tabla 2-6. Descriptivos para ítems de Creatividad	62
Tabla 2-7. Descriptivos para ítems de liderazgo	64
Tabla 2-8. Descriptivos para ítems de Motivación	65
Tabla 2-9. Descriptivos para ítems de Responsabilidad Social.	66
Tabla 2-10. Descriptivos para ítems de Familia.....	67
Tabla 2-11. Comparación entre modelo logístico, lineal y ANOVA.....	69
Tabla 2-12. Resumen estadístico de la curva COR.....	70
Tabla 2-13. Estadísticas de clasificación	71
Tabla 2-14. Prueba para los coeficientes del modelo.....	71
Tabla 2-15. Modelo de regresión logística.....	72
Tabla 2-16. Prueba de ajuste de modelo de Hosmer & Lemeshow	73
Tabla 2-17. Correlaciones entre las variables	75

Introducción

Este trabajo es el resultado del estudio de un constructo de vital importancia como lo son las capacidades emprendedoras en estudiantes universitarios. Este, se requiere a la confluencia de unas dimensiones que son fundamentales para la concepción espontánea de nuevos modelos de negocios que redunden en generación de valor agregado y aumento de la riqueza del país, contribuyendo a volcar al país desde una vocación extractiva de commodities a un desarrollo de nuevos procesos y productos que lleven a una efectiva explotación del conocimiento y optimización de los recursos naturales existente. Para el estudio de este constructo, se optó por un trabajo con metodología cuantitativa tomando como referencia un muestreo no probabilístico de forma intencional con muestras consideradas como grandes estadísticamente.

El estudio plantea una articulación teórica de la corriente clásica de emprendimiento que inicia abarcando temas como la gestión organizacional, la innovación y a su vez en conjunto como capacidades dinámicas entre grupos o de personas. Aquí resulta clave la apropiación de dos términos estadísticos fundamentales que son dependencia e interdependencia, ya que las primeras son técnicas que establecen los impactos que tienen los componentes en la variable dependiente y los siguientes son para mirar que tanto se puede expresar el espacio de variables en el menor número posible sin perder información valiosa de la población que se está estudiando. Asimismo, es claro al expresar factores diferenciadores de modelos de emprendimiento a nivel mundial con rasgos típicos del espacio geográfico donde se llevó a cabo el estudio.

Con base en lo anterior, se usaron herramientas como la estadística descriptiva para caracterizar el estado actual de las capacidades emprendedoras, después, se ejecuta un modelo de regresión logística binaria para observar cual es la variable que mejor impacta en el evento de la generación de nuevos negocios y se termina con los coeficientes de correlación de Pearson para mirar cómo se relacionan las variables.

Para el logro del objetivo propuesto el trabajo de ha desarrollado en cinco capítulos: en el primero, se establece la definición del problema, objetivos de investigación, justificación, marco referencial y metodología de la investigación. El segundo capítulo, la parte I, de análisis de resultados, que corresponde al diagnóstico de las capacidades emprendedoras. El tercero, es la parte II del análisis de resultados, donde se establecen cuáles son los factores más influyentes en la capacidad emprendedora, que dan camino al Cuarto capítulo que es la parte III, que son las relaciones existentes entre los factores para llegar al quinto que son las conclusiones del estudio.

1 Problema

1.1 Planteamiento del problema

Según Duarte & Ruiz (2009), fenómenos mundiales como el desarrollo científico y tecnológico y la globalización de la economía y del conocimiento, promueven en las instituciones procesos de emprendimiento. Sin embargo, cuando se observan países que sus economías están cimentadas en la extracción de materias primas, predominantemente, minero energéticas, hace que sus economías dependan de mercados internacionales y generan dependencia económica, porque, no existe creación de valor agregado en los productos que se exportan, como es el caso de Colombia. Pero, la creación de valor debe ser un aspecto que debe estar inmerso en la sociedad de un país como una cultura donde un punto de inicio es la educación. En cifras, se afirma que en Colombia el 50% del emprendimiento se da en medio de la informalidad, (Portafolio, 2016).

En las instituciones de educación superior (IES) colombianas, existe un gran problema asociado a los egresados que salen de los programas académicos como el de Administración y afines, replicable a lo que ocurre según Ruiz et al (2012) en España. Este radica en que los egresados salen con la concepción de ser empleados, es decir, de ser subordinados y no con la convicción de tener un proyecto propio que lo lleve a ser empresarios exitosos y tener colaboradores o subalternos trabajando bajo su mando. De igual forma, es común observar que saben aplicar procedimientos y técnicas ya existentes, pero no generar unas nuevas acorde a generar mayores beneficios socioeconómicos acorde a la realidad que lo rodea.

Lo anterior tiene causas asignables en distintas dimensiones humanas y sociales, según González (2015), “el miedo al fracaso es un obstáculo grande para sus metas. Esto se da por las posibles consecuencias, y se pueden agrupar en tres categorías: financiera, social y psicológica”. Lo cual implica que el problema tiene influencia familiar, emocional, actitudinal y económico, pero también se debe a que el Estado ha visionado desde hace pocos años el emprendimiento como una forma de generar riqueza que se traduce en reactivación de las economías regionales y aumento de la calidad de vida, mientras que en otras naciones tienen muchos años de estar generando condiciones a las personas que quieren crear empresas generadoras de valor, en la mayoría de los casos a riesgo propio de los dineros estatales.

En ampliación a lo anterior, solo hasta la ley 1014 del año 2006, el gobierno colombiano adopta su cultura del emprendimiento formalmente, donde define que el emprendimiento es:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Congreso Colombia, 2006).

Es decir, de forma estatal, solamente se estableció hasta el 2006 una política amparada en una ley que buscará un camino distinto de creación de riqueza al minero energético, tan sensible a los mercados internacionales. Este atraso, es evidente cuando se observa que la tasa de emprendimiento de Colombia es de 1.80, es decir en el ranking

sin incluir países considerados como centros financieros está en la posición 15 detrás de Chile y Perú, con tasas de 4.13 y 2.54, respectivamente. Sin embargo, cuando se incluyen a países que son centros financieros, Colombia está en la posición 25, detrás de Chile, Uruguay (Tasa de 3.36) y Perú (Ministerio de economía, fomento y turismo, 2012).

A partir de lo anterior, se puede aseverar que el problema es complejo porque, involucra al país (entorno), los gremios empresariales y al individuo (Vesga, 2012). Sin embargo, dentro de la sociedad existe un ente donde confluyen el gobierno, tiene acceso gran parte de la sociedad y las empresas, como lo son las universidades, luego es vital conocer esas capacidades que tienen los estudiantes como potenciales emprendedores, pero con el cuidado de tener como base las características poblacionales de la población estudiantil que maneja, como una herramienta de fomento de generación de valor agregado en el futuro profesional. Aunque, las condiciones del entorno no son tan benignas debido a que el país ocupa el puesto 19 en capital humano emprendedor, en facilidades de financiamiento ocupa el puesto 38 a nivel mundial y 9 en la región y está en la posición 35 en referencia a un sistema educativo que promueva la creación de nuevos negocios (Portafolio, 2016).

En adición a lo anterior, la Cámara de Comercio de Barranquilla, afirma que el emprendimiento puede estar motivado por necesidades como: única fuente de ingreso del consumidor, desconocimiento del mercado objetivo y generación de autoempleo. Estas causas dejan claro el impacto social del emprendimiento (Cámara de Comercio de Barranquilla, 2014).

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son las capacidades emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de empresas de la Universidad de la Costa CUC que generan impacto significativo en el medio?

1.3 Sistematización del problema

¿Cuál es el estado actual de las capacidades emprendedoras de los estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad de la Costa CUC en la ciudad de Barranquilla?

¿Cómo y en qué forma se relacionan las variables y factores que componen las capacidades emprendedoras en los estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad de la Costa CUC?

¿Cuáles son las variables y factores que más impactan en los procesos creación de nuevos negocios?

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Analizar las capacidades emprendedoras en estudiantes de administración de empresas de la Universidad de la Costa CUC en la ciudad de Barranquilla

1.4.2 Específicos

- Realizar un diagnóstico de las capacidades emprendedoras actuales de los estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad de la Costa CUC.
- Identificar los principales factores que participan en los procesos de creación de nuevos negocios. en los estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad de la Costa CUC.
- Determinar la relación existente entre los factores que componen las capacidades emprendedoras en los estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad de la Costa CUC.

1.5 Justificación

A nivel global, por dar una cifra las generadoras de empleo afirman que entre el 5% y 10% de emprendimientos genera 80% de los nuevos empleos que se crean cada año en las ciudades latinoamericanas y del mundo (Portafolio, 2016). En Estados Unidos, la tendencia a la generación de nuevos puestos de trabajo en empresas de menos de 1 año de nacimiento, tiene una tendencia al alza en los últimos 5 años (En el 2015 está cercano a los 3 millones de empleos), la cual es similar a la del número de establecimientos (U.S. Bureau of Labor Statistics, 2016).

En Colombia se están generando unas dinámicas donde “se empezó a reivindicar el papel del emprendedor en el país, por el impacto que tiene en la economía y en el agregado económico, en la generación de empleo, en la innovación y en los nuevos modelos de negocio” (Portafolio, 2013). De igual forma, según el Tiempo (2014), “capital humano emprendedor, Colombia ocupa el primer lugar en Latinoamérica y el 19 en el escalafón global”. Pero, solo por mostrar algunas cifras, “el sistema educativo no crea condiciones idóneas para los negocios pues el país se ubica en el puesto 35 en el escalón a nivel internacional y de cuarto en la región. Muchos autores afirman que esto se debe, entre otras razones, al bajo nivel de la inversión por alumno que realizan los países latinoamericanos (como proporción del PIB). Es decir, existe una dinámica en el país y el mundo, pero al alumno que se está formando no se le están dando las herramientas suficientes para que piense y desarrolle su propio modelo de negocio o para el fomento del mismo.

De igual manera, Torres et al (2013), asevera los siguientes:

La misión de la universidad no debe ser solo formar empleados sino emprendedores, en tanto el problema del desempleo se complica no solo por la crisis económica sino también por la deficiente educación que no corresponde a la época de exigencias y competencias tecnológicas, esto se debe revertir en el corto plazo. De esta manera es de suponer que cuando una persona se prepara a nivel universitario aspira a emplearse o ser generador de su propio empleo; sin embargo, todo parece indicar que en los egresados existen dificultades para que estos sean autogestores de su propio desarrollo laboral, lo que evidencia una problemática a nivel de emprendimiento (pág. 47).

A partir de lo mencionado, se puede establecer una pertinencia del proyecto con la misión institucional de la Universidad y la viabilidad técnica porque existen estudios en poblaciones estudiantiles, pero no uno que recoja la realidad del estudiante que llega a la institución que se toma como unidad de análisis. Así como la articulación que tiene con las dinámicas que se están presentando en el país y las políticas gubernamentales.

1.6 Delimitación de la investigación

Para el desarrollo de los objetivos de la investigación que se ejecutó, se tiene una delimitación teórica, debido a que solamente se estudió la capacidad emprendedora de los individuos y no el emprendimiento en general que es un constructo más amplio con muchas más aristas de las que se contemplan. Es decir, se estudia un componente del emprendimiento.

De igual forma, se tiene una acotación de tipo geográfico, porque, el trabajo se llevó a cabo en la Universidad de la costa, específicamente en el programa de administración de empresas. Aquí es claro, que la universidad se encuentra dentro de una localidad Norte centro histórico de la ciudad de Barranquilla.

1.7 Marco referencial

1.7.1 Estado del Arte

En referencia a las capacidades emprendedoras en poblaciones estudiantiles existe un buen número de trabajos, entre los que podemos destacar los siguientes:

Rusque A (2005), midió las características emprendedoras en estudiantes de la escuela de Sociología de la UCV (Universidad Central de Venezuela). Esto, lo realizó a partir del análisis de las respuestas a un cuestionario dadas por alumnos de un programa de formación en capacidad emprendedora y empresarial, en la Escuela de Sociología de la UCV, acerca de lo que ellos percibían como lo más destacable de una persona emprendedora y también de las que han fracasado. Las respuestas obtenidas se clasificaron de acuerdo a las cinco características que habitualmente se le atribuyen a los emprendedores: necesidad de logro, de autonomía e independencia, creatividad, tomador de riesgos calculados, fuerza y determinación; estas fueron las respuestas mayoritarias de los estudiantes. Paralelamente, llevó a cabo una revisión documental donde resaltaron aspectos no considerados habitualmente en la formación de emprendedores cuando se entienden, preferentemente, como creadores de empresas.

En adición a lo anterior, entre los resultados más importantes se encuentra el de identificar al emprendedor con la necesidad de logro, de triunfo e independencia, rasgos todos que demuestran un fuerte individualismo sobre actitudes de mayor consideración por los otros. Seguidamente, hace falta en la docencia la relación del emprendedor con los distintos niveles en que le corresponde actuar, vale decir, niveles personales,

grupales e institucionales y que se establece la necesidad de contar con una visión multidimensional del emprendedor a fin de concebirlo y, por ende, formarlo de acuerdo a las exigencias y responsabilidades que sus comunidades exigen. De forma general, se evidenció que manifiestan una concepción restringida del emprendedurismo enfocada básicamente sobre una concepción individualista del éxito económico (Rusque A, 2005).

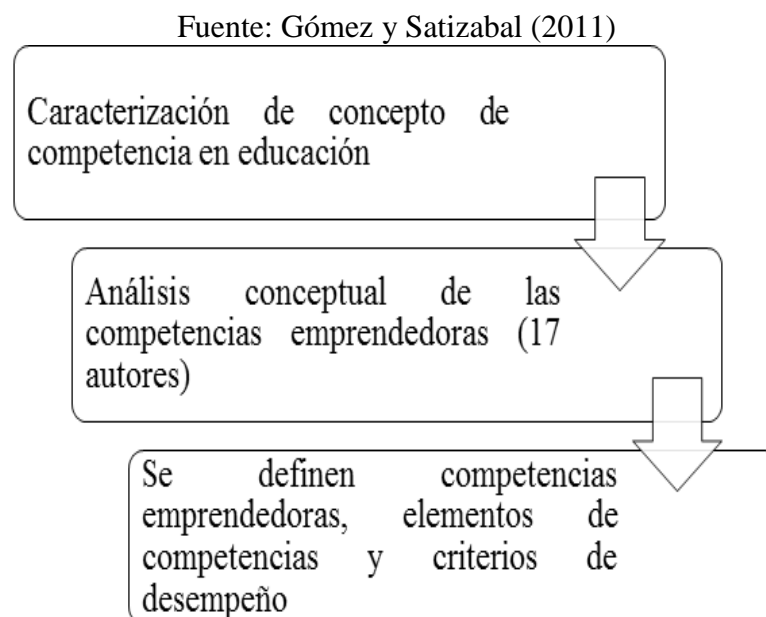
Como respuesta a lo anterior, Viera et al (2008), propone un modelo de Androergológico de Formación de Emprendedores Universitarios (MAFE) con el fin de transformar el paradigma de ese potencial del capital social que se forma en la UNEG, orientado al estímulo de la capacidad emprendedora de sus estudiantes. Este modelo está en función de tres dimensiones: conocimiento (mercadeo, legal, proyecto económico- financiero), funciones (empleador, planificador, gerente y evaluador) y personal (creativo, comunicativo, capaz de asumir riesgos, entre otros).

En la implementación del MAFE, el estudiante es expuesto a una serie de experiencias que le permiten conectarse con su propio yo y su propia experiencia. El objetivo fundamental de esta actividad dentro del MAFE es darles a los estudiantes, de una manera estrictamente práctica, orientaciones que les permitan descubrir nuevas formas de hacer las cosas. Propiciar algunos cambios de actitud en visibles relaciones a su proactividad personal para emprender negocios. En principio se manejan una serie de instrucciones claramente definidas que el participante debe seguir siguiendo la voz del facilitador. Los ejercicios tienen impacto directo en el Ser (descubre cómo se ve él mismo), Hacer (descubre qué hace o deja de hacer), Conocer (descubre sus potencialidades para desarrollar sus conocimientos), Convivir (descubre cómo se

relaciona con sus pares y su entorno) y Producir (descubre la capacidad personal que tiene para emprender negocios bajo su misma dirección). Esta actividad impulsa a los estudiantes a querer acometer las acciones que los lleven a las metas planteadas (Viera et al, 2008).

Adicionalmente, en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, se identificaron las competencias emprendedoras a desarrollar en los estudiantes, en relación por autores internacionales en Educación en Emprendimiento y en el PEI. La identificación de las competencias emprendedoras a fortalecer en la PUJ Cali, es el resultado de una construcción conceptual a partir de la revisión de diferentes fuentes bibliográficas y análisis matricial con las siguientes fases:

Fig. 1-1. Fases para identificación de competencias emprendedoras.



Las competencias identificadas son: formación de redes, resolución de problemas, enfrentamiento al riesgo, orientación al logro, trabajo en equipo, autonomía, creatividad e iniciativa, que se relacionan con autores como Gibb, Kirby, Sarasvaty y Timmons. (Gómez & Satizabal, 2011).

Tabla 1-1. Competencias emprendedoras a fortalecer en los estudiantes de la PUJC

Autor	Competencias emprendedoras							
	Conformación de redes	Resolución de problemas	Enfrentamiento al riesgo	Orientación al logro	Trabajo en equipo	Autonomía	Creatividad	Iniciativa
Gibb	X	X	X	X	X	X	X	X
Kirby		X	X	X		X	X	X
Sarasvaty	X	X	X		X			
Timmons	X		X	X		X	X	X
PEI-PUJC	X	X				X	X	

Convenciones:
 PEI: Proyecto educativo institucional
 PUJC: Pontificia Universidad Javeriana de Cali.
 Fuente: Gómez y Satizabal (2011)

Ahora, como en la teoría se define que el cómo ser emprendedor tiene un componente actitudinal importante, los trabajos de Núñez et al (2014) y Cantillo et al (2013), van en ese sentido. El primero, parte de las hipótesis:

1. La autoestima se asocia de manera positiva con las habilidades emprendedoras en estudiantes de ciencias económico administrativas.
2. La autoestima influye de manera positiva sobre las habilidades emprendedoras en estudiantes de ciencias económico administrativas.
3. Y, Existen diferencias estadísticamente significativas entre los niveles de autoestima y las habilidades emprendedoras de acuerdo a la carrera de estudio

El estudio en mención fue de tipo cuantitativo, descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental debido a que no fueron manipuladas ni existió control sobre variables ni sujetos. De igual forma, para recoger la información usaron el cuestionario de Coopersmith en su adaptación para México para evaluar autoestima y la escala de medición de habilidad emprendedora (Tinoco (2008), citado por Núñez et al (2014)). La muestra para este estudio es no probabilístico por conveniencia se obtuvo una muestra de 167 estudiantes de licenciatura pertenecientes al CUCEA de la Universidad de Guadalajara. Se constituyó por alumnos de las licenciaturas de economía, contaduría, administración, mercadotecnia, gestión gubernamental y políticas públicas, negocios

internacionales, recursos humanos y turismo. Y entre los principales resultados se encontró que la autoestima se asocia de manera positiva con las habilidades emprendedoras; asimismo, la autoestima ejerce una influencia positiva sobre las habilidades emprendedoras, que para este caso evaluaron: conocimiento de sí mismo, visión de futuro, motivación al logro, planificación y persuasión.

Cantillo et al (2013), trabajó con una metodología descriptiva analítica, mediante la aplicación de un instrumento de medición diseñado bajo el modelo de escala de Likert, a una muestra de 514 estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad Autónoma del Caribe, muestreo estratificado de cuarto a noveno semestre, teniendo en cuenta que la formación en emprendimiento se les brinda a los estudiantes entre sexto y octavo semestre, y de esta forma establecer con mayor claridad la relación entre la formación emprendedora y el desarrollo de la mentalidad emprendedora. El instrumento aplicado midió qué tanta confianza se tiene el estudiante con respecto a un grupo de habilidades características de una mentalidad emprendedora, evaluando la confianza de 1 a 5, donde 1 es muy poca y 5, muchísima. Analiza el impacto del emprendimiento en la mentalidad emprendedora en estudiantes de un programa de formación superior, a quienes se les evaluó: búsqueda y generación de ideas, capacidad para la estimación de la demanda, generación de red de contactos, gerencia y manejo de personal, financiero y proyección de empresa o negocio.

Entre los resultados más importantes, existe una tendencia al no tenerse la confianza suficiente para generar ideas de negocios, y es constante alrededor de todos los semestres. Los estudiantes de quinto, octavo y noveno semestre se tienen más confianza para la generación de ideas; caso interesante con los de quinto, quienes

apenas inician su formación en gestión de empresas con el curso de economía. También, los estudiantes de cuarto semestre no se sienten con la confianza suficiente para estimar la demanda de una iniciativa de negocio, situación que se refuerza en los semestres superiores, cuando se culmina la formación en áreas de emprendimiento. Con respecto al factor de generación de red de contactos, se infiere que en general los semestres de quinto y séptimo poseen dificultades en la generación de contactos, fluidez verbal, fluidez escrita y el transmitir seguridad al exponer una idea de negocios. Mientras que se destaca que los estudiantes de sexto, octavo y noveno semestre se sienten con total capacidad de generar contactos y transmitir seguridad (Cantillo et al, 2013).

Por otro lado, en Valencia et al (2012), por medio de un análisis exploratorio de datos basado en variables categóricas se identificaron dentro de la muestra cuatro criterios para elaboración de las tipologías: (1) planes futuros, (2) tiempo de permanencia en la universidad, (3) formación en el tema y (4) tipo de programa de estudios. La tipología según planes futuros separa los estudiantes de acuerdo a lo que planean hacer al concluir sus estudios de pregrado. Se detectaron tres subcategorías de estudiantes, así: emprendedor puro (10.06%), emprendedor marginal (25.58%) y no emprendedor (62.89%). Se denominan emprendedores puros a aquellos estudiantes que indicaron su intención de crear empresa, al terminar el pregrado, como única opción. Según su tiempo de permanencia en la universidad los estudiantes de la muestra hacen parte de los grupos ciclo básico, primer a tercer semestre; ciclo técnico, cuarto a sexto semestre, y ciclo profesional, séptimo semestre en adelante. La favorabilidad hacia la creación de empresas una vez terminada la carrera decrece en la medida en que aumenta el tiempo de permanencia de los estudiantes.

Seguidamente, en referencia a la formación que han recibido en emprendimiento, su actitud hacia dicha formación y su experiencia en proyectos emprendedores, los estudiantes encuestados se pueden agrupar en cinco grupos: teóricos, han recibido formación teórica pero no tienen experiencia práctica; expertos, han recibido formación teórica y tienen experiencia práctica; curiosos, no han recibido formación teórica ni tienen experiencia práctica pero les parece interesante; apáticos, no han recibido formación teórica ni tienen experiencia práctica ni les resulta interesante; empíricos, no han recibido formación pero tienen experiencia práctica. Se observa en el grupo de expertos una menor favorabilidad hacia la idea de que el miedo al fracaso los detendría al momento de crear una empresa, mientras que los grupos de sólo formación teórica, sólo experiencia práctica o sin formación ni experiencia registran una mayor favorabilidad hacia este concepto con niveles similares entre ellos. También, los estudiantes de la muestra se pueden clasificar según el tipo de programa de estudios, si están cursando Ingeniería Administrativa o Ingeniería Industrial que son carreras afines a los negocios, y otros, si están cursando alguna de las restantes ingenierías ofrecidas por la Facultad que son consideradas de carácter técnico.

Todo lo anterior, se identificaron y caracterizaron cuatro tipologías básicas de estudiantes según sus intenciones emprendedoras, con las cuales se verificó la capacidad explicativa del Modelo de Intención Emprendedora, que está en función de la Conveniencia percibida del emprendimiento, tolerancia al riesgo y Viabilidad percibida del emprendimiento (autoeficacia).

También, muy semejante al trabajo anterior, Ruiz et al (2015), analiza el efecto que tiene un curso universitario de estudio de experiencias en emprendimiento sobre la Intención Emprendedora (IE) de los estudiantes que tomaron ese curso. Los resultados del estudio muestran que, de un modo global, la IE fue afectada negativamente por el curso. Sin embargo, se obtuvo que los estudiantes que experimentaron el mayor cambio en su voluntad de emprender fueron quienes poseían dos características: consideraban tener los conocimientos, habilidades y experiencia para poner en marcha un nuevo negocio y pertenecían a familias de menores ingresos de renta familiar.

A los estudiantes se les solicitó responder encuestas pre y post curso. La información extraída de ellas permitió comparar la variable Intención emprendedora, cuando no tenían conocimientos concretos sobre emprendimiento (previo al curso), con la opinión de los mismos estudiantes inmediatamente finalizada dicha asignatura. Los estudiantes, a quienes se les aplicó el cuestionario, fueron alumnos de primer nivel de la carrera de Ingeniería Comercial, matriculados en la asignatura denominada "Desarrollo de Actitud Emprendedora". Este curso es el primero de tres a lo largo de la carrera, en el cual los estudiantes profundizan en el concepto de emprender. Es decir, es un estudio longitudinal de campo, pero por las restricciones en el muestreo, no deja de ser un caso de estudio.

En consonancia con los factores de emprendimiento, Plaza et al (2013), se identificaron cuatro factores que determinan la capacidad emprendedora potencial de un alumno perteneciente a centros de educación superior (atributos del emprendedor, capacidades interpersonales, capacidades frente al riesgo y actitud del emprendedor).

Sin embargo, cuando se analizan las intenciones de emprender un negocio por parte de un grupo de estudiantes midiendo variables como iniciativa emprendedora, apoyo social, Experiencias próximas en creación de empresas, Responsabilidades familiares, autoeficacia y edad, Entre todos ellos destaca la autoeficacia; aquellos estudiantes que muestran puntuaciones más elevadas en esta variable son los que manifiestan más intención por crear un negocio (Delgado et al, 2008).

1.7.2 Marco teórico

1.7.2.1 Emprendimiento

El emprendimiento se ha establecido como un área del saber, la cual ha generado un gran beneficio en el campo del desarrollo empresarial en países de economías emergentes, ya que se observa como una oportunidad para apalancar el desarrollo económico y social de las comunidades.

Como se ha dicho la palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* (pionero), este término ha sido utilizado para resaltar aquellas personas que tienen iniciativa para crear una nueva empresa o proyecto. Posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. Fue Schumpeter (1950), profesor de Harvard, quien utilizó por primera vez la expresión para referirse a aquellos individuos que con sus actividades crean inestabilidades en los mercados. Confrontando la teoría anterior, la escuela austríaca declaró una oposición relacionada al término, varios emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, invalidando las turbulencias y generando nuevas riquezas. En la actualidad estas teorías son reconocidas como actitudes emprendedoras, y de acuerdo a los modelos de enseñanza su aplicabilidad es diferente.

Según Schumpeter (1930), las teorías asociadas al emprendimiento y la innovación determinan la función del emprendedor la cual es determinante en los procesos de innovación y de inversión como componentes para la creación de iniciativas en el campo económico que generen valor, a través de la producción de nuevos productos, nuevos procesos de producción, nuevas formas de organización y/o nuevos

mercados. Así mismo, para Schumpeter el emprendedor es aquel que beneficia el desarrollo de nuevos estudios aún desconocidos en el entorno económico, examinando la valorización de los resultados del progreso científico y técnico. Rodríguez (2005) tuvo en cuenta una cita de Schumpeter, “La verdadera función de un emprendedor es la de tomar iniciativas, de crear”. Además, Schumpeter destaca la importancia del trabajo en equipo como la forma de compartir las competencias necesarias cuando éstas no están agrupadas en un solo individuo. Otros autores, clásicos y neoclásicos, han buscado identificar y clarificar los diferentes roles del emprendedor estudiado la temática del emprendimiento. De igual forma, es trascendental destacar la aportación de Alfred Marshall, quien considera la organización como cuarto factor de producción, aprobando que el emprendimiento puede ejecutarse desde su sitio de trabajo. Otros autores como John Stuart Mill, Juan Bautista Say y Peter Drucker se inquietaron en investigar sobre las características del emprendedor como responsables de los procesos de innovación, desarrollo y crecimiento económico de las sociedades (Camacho, 2007)

De igual forma, emprender es un término manejado actualmente que tiene diferentes significados. Según el contexto en que sea utilizado, será la connotación que se le otorgue. En el ambiente de las actividades comerciales el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa con fines de lucro. Richard Cantillo establece diferencias entre capitalista y empresario, al precisar como “alguien que realiza actividades de empresa, con un nivel de incertidumbre, y que espera lograr utilidades de ello”. (Cantillon R. citado por Kirby, D.A. 2003). En el año 1803 el economista francés Jean Baptiste Say, se manifestó revelando la primera diferencia entre los conceptos empresario y capitalista, aseverando que “el empresario es el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales, recursos humanos y

recursos financieros) para constituir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos, la recuperación del capital que la emplea, de los gastos en que incurre y de la utilidad que busca. Es el punto de apoyo (pivot) sobre el cual gira todo el negocio. Para ser exitoso debe tener juicio, perseverancia y un conocimiento tan bueno del mundo como del negocio. Debe poseer el arte de la superintendencia y de la administración". (Say, 1827, p.35).

Por otro lado, en el año 1934, Joseph Schumpeter afirma que la función del empresario es cambiar el esquema de producción usando una tecnología no tratada para elaborar un nuevo bien, o produciendo un producto viejo en una nueva forma, o abriendo una nueva fuente de oferta de materiales, o un nuevo punto de venta o reorganizando una industria. (Schumpeter, 1950). Según las afirmaciones realizadas por Arthur Cole se puede evidenciar que ser empresario es la actividad personal de un individuo o grupo de individuos que toman la iniciativa, conservan y crecen una unidad de negocio orientada a la producción y distribución de bienes y servicios. (Fandiño & Bolívar. 2009).

Continuando con otros conceptos, David McClelland afirma que el empresario es alguien que ejerce control sobre los medios de producción y produce más de lo que consume con el fin de venderlo para lograr un beneficio propio, y Peter F. Drucker habla de que el trabajo del empresario es la maximización de oportunidades y que, por lo tanto, su función básica es determinar qué actividades deben ser realizadas (eficacia), más que el efectuar las actividades bien hechas (eficiencia) que es la labor fundamental de los gerentes, y que se deben concentrar los recursos y los esfuerzos más en esas oportunidades empresariales que en los problemas gerenciales. (Fandiño & Bolívar.

2008) tiempos después, Drucker (1974) reanudó con el tema y confirmó que la función del empresario es lograr que el negocio de hoy, y especialmente el exitoso, permanezca exitoso en el tiempo, evolucionando en un negocio diferente. Este autor manifiesta que el empresario tiene que cambiar de dirección los recursos de área que generen resultados bajos o decrecientes, transformándolos en áreas con potencialidad de resultados altos o crecientes. (Fandiño & Bolívar. 2008).

Después se empezó a relacionar el término de empresario al de innovador, ya que las empresas que crean nuevos productos y procesos son llamadas innovadoras, debido a que hace cosas diferentes creando un valor agregado. Drucker (1986) continuó investigando al empresario innovador fundamentándose en la teoría económica y social que expresa el término cambio como algo normal y saludable y que cree que la tarea más importante de la sociedad y de la economía es hacer algo diferente. Así mismo se fue ampliando el concepto de emprendimiento y se ha aplicado en el campo empresarial, consiguiendo que las personas se capacitaron para ser más productivas en sus empresas aplicando los conocimientos que los llevarían al éxito y a la mejora continua en la toma de decisiones.

Herbert (1989) y Hatten (1997) puntualizan acerca del empresario como aquella persona que se especializa en apropiarse de las responsabilidades relacionadas con las decisiones que tienen que ver con la localización y uso de bienes, recursos e instituciones, es decir como un ágil captador y aprovechador de recursos e información. Finley (1990) y Happer (1991), lo detallan como persona que se aventura en una actividad de negocio, capaz de descubrir oportunidades y posee las habilidades necesarias para realizar su negocio, es decir que tiene la habilidad de detectar y manejar

situaciones y oportunidades mediante la utilización de sus capacidades y los recursos que estén a su alcance.

Tabla 1-2. Definiciones de emprendimiento

Autor y Cita	Significado
Bet-Goodiey (2002)	Detectar oportunidades innovadoras a la creación de opciones.
Bratnicki (2005)	El emprendimiento se desarrolla al plano de las tareas, es decir, conductas que buscan transformar la forma de vida de las personas, mover recursos y desarrollar iniciativas. Presenta el emprendimiento como un aumento que incluye cadenas de oportunidades (eventos) y conductas (actividades) en el tiempo; presenta aquellos aspectos que pueden ser modelados por iniciativas gerenciales.
Cuckivic & Bartlett, (2007)	Capacidad de tomar riesgos en asuntos económicos, específicamente, a la inclinación de iniciar nueva empresa y a las actividades de propietarios y gerentes de pequeñas y medianas empresas tendientes a hacerlas crecer.
Drucker, (1985); citado Kwiatkowski, (2004)	Es habilidad para percibir oportunidades y garantizar los recursos en necesarios y se acentúa el hecho que como habilidad no se encuentra distribuida equitativamente entre los individuos, reconociendo al tiempo que puede ser aprendida y enseñada.
IAE, (2001); citado en Machado, (2006)	Fases para iniciar un negocio, formular un plan estratégico, & organizar e invertir recursos tomando riesgos y de igual forma los beneficios derivados de la actividad.
Kirzner, (1997) y Venkatarm, (1997); citados Bruneaun Machado (2006)	Más que un rasgo de personalidad es una conducta por lo que los emprendedores ven el cambio como la norma, buscando siempre el cambio, respondiendo a las necesidades y aprovechando las y oportunidades que se puedan presentar.
Libro verde de la Comisión Europea, (2003); citado Mcelwee, (2006)	Define el emprendimiento como un modelo mental y el proceso de crear y desarrollar una actividad económica combinando con cierto riesgo con creatividad y/o innovación, ya sea en una organización nueva o existente.
McCleary, Rivers & Schneller, (2006)	Desarrollo de creación de valor, participando para ello en cualquier fase (establecimiento, operación o inversión).
Penrose, (1959), citado Stryjan (2006)	Determinar las posibilidades de derivación y de recombinación en nuevas disposiciones, establece la función central del emprendedor.
Rogoff (2007)	Reproducción de negocios sin tener en cuenta el tiempo establecido para esto, el porcentaje de propiedad o la estructura legal y sin asumir el tamaño de las ambiciones.
Shumpeter, (1936); citado en Mc	Shumpeter hizo la diferenciación entre invención e innovación. Una invención será innovadora sólo cuando ofrezca un uso productivo,

Daniel, (2000). En cuando sea aplicada a un proceso industrial y cuando de su Bogenhold, (2003). aplicación derive una nueva función productiva. Percibe el emprendimiento como una mezcla de recursos o más exactamente de servicios, que pueden ser resultados de dichos recursos.

Stevenson et al., La búsqueda de oportunidades sin importar si se tiene control sobre (1989); citado en los recursos actuales.

Kwiatkowski,
(2004)

Timmons, (1994); La creación y construcción de algo de valor a partir de prácticamente citado en nada [...] el proceso de identificar una oportunidad y aprovecharla

Kwiatkowski sin tener en cuenta los recursos actualmente controlados
(2004)

Fuente: Toca C(2010)

1.7.2.1.1 Definición de emprendimiento en el GEM.

La creación de empresas se ha convertido en uno de los temas que suscitan más interés entre los investigadores y las Administraciones Públicas, en verificar que es uno de los principales motores del desarrollo económico y social de un país, tanto por su dominio sobre la generación de puestos de trabajo como sobre el crecimiento económico.

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), iniciado el año 1998 por el Babson College y la London Business School, es un proyecto de investigación que surgió, precisamente, con la intención de estudiar la actividad emprendedora, así como los factores que intervienen en la creación de nuevas empresas. Desde sus inicios el proyecto GEM ha tenido un marcado carácter internacional y casi quince años después mantiene el objetivo de instituir una red de estudio de la creación de empresas. Este, es un programa de investigación y difusión que se refleja en un plan sistemático de recopilación, preparación de informes y colecciones de datos, así como creación de diversas actividades diseñadas para el beneficio y ayuda de investigadores en el campo de la creación de empresas. (Global Entrepreneurship Monitor, 2009).

De igual forma podemos decir que el GEM analiza el emprendimiento como un fenómeno global que día a día va en aumento (Sánchez, 2011), es por ello que lo evalúa partiendo de las actitudes y deseos que los individuos poseen para crear empresas (Gómez et al, 2010).

En los últimos años, el GEM (1998) define al empresario como una persona capaz de percibir la oportunidad y de tomar los riesgos existentes para abrir nuevos

mercados, diseñar nuevos productos y desarrollar procesos innovadores. (Varela, 2006)

Otros investigadores como Venkataraman (2003) y Kuratko & Hodgetts (2004), concuerdan en que un empresario es un líder con visión, que identifica unas tendencias, establece acciones y toma decisiones y aprovecha las oportunidades con el fin de convertirlas en una realidad, obteniendo de esta forma el éxito empresarial. (Varela, 2006) Según Formichella (2004) define el emprendedor como: “es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores”. (Varela, 2006).

De igual manera podemos decir que el liderazgo y el protagonismo lo asumen las empresas que acceden a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, TIC, convirtiéndolas en innovadoras y de esta de esta manera se posicionan como líderes al incrementar las economías de la diferenciación de productos, escalas crecientes lo que las hacen más competitivas internacionalmente. Las actuales circunstancias del mercado implican para las empresas, el requerimiento de “contar con personas que posean un alto grado de flexibilidad para adecuarse a los nuevos procesos laborales y ajustar su desempeño a los requerimientos del cliente” (Camacho, 2007)

Con respecto a las actuales condiciones de productividad que requieren una transformación en la escala de valoración que poseen los estudiantes. Deben ejecutar una revalorización de la inversión intangible que es el conocimiento, reconocer sus

capacidades y habilidades y de esta manera crear, de acuerdo a las exigencias del entorno y a sus propios intereses.

Por lo anterior, es trascendente que institucionalmente, se brinden los espacios a los estudiantes donde estos puedan desarrollar la empresarialidad, concebida como la capacidad de las personas de crear empresa o nuevos negocios, para percibir y relacionarse con el mundo exterior como empresarios innovadores. La nueva exigencia del mundo globalizado, deberá determinar a las universidades para que éstas asuman la tarea de capacitar a los estudiantes para que éstos den resultados de acuerdo a la demanda que la empresarialidad exige en el mundo productivo. Por consiguiente, la productividad de una empresa depende de un entorno económico en el que son imprescindibles infraestructuras de conectividad, sistemas de información avanzados, un sistema educativo de calidad y un sistema universitario y de investigación conectada con las empresas. AL respecto, señala que la fuente de innovación es la cultura del emprendimiento, la que está basada en el desarrollo de un sistema productivo en donde la financiación, mediante el mecanismo de capital riesgo o los microcréditos, deben ser central. (Camacho, 2007)

Existen diferentes conceptos del emprendedor o empresario, pero se hace énfasis a una persona con ciertas capacidades, habilidades, actitudes y aptitudes, que le permiten buscar beneficios y transformar esquemas. El término emprendedor ha sido utilizado para destacar aquellas personas que toman decisiones para crear nuevas empresas, esta expresión inicialmente fue aplicada a empresarios que fueron innovadores o agregan valor a un producto o proceso ya existente, esto último con el fin

de alcanzar mayores éxitos de estas empresas que comienzan a irrumpir en el mercado (Petit, 2007).

Entre los especialistas de emprendimiento y los académicos el concepto no ha logrado unanimidad, pero en términos generales se relaciona con la creación de algo y de manera específica a la creación de nuevas empresas, pero también se relaciona con la capacidad de descubrir oportunidades de negocio, acceder a ella y explotarla (Calderón y otros, 2012). El emprendimiento ha sido abordado desde la psicología, economía y la sociología, (Sánchez, 2011; Álvarez & Urbano, 2011) como disciplinas que influyen en el individuo en el momento de optar por el emprendimiento como alternativa que le permita desenvolver sus capacidades en el entorno sociocultural con el fin de crear empresa. Teniendo en cuenta lo anterior el aporte de Noruzi et al (2010) respalda esta posición, confirmando que la capacidad emprendedora se ha explicado en un contexto de resolución de problemas sociales aumentando el nivel de incertidumbre que acarrea dicho ejercicio para la persona que va a llevar a cabo su actividad emprendedora, es por esto que puede entenderse según la expresión de la conducta humana, razón por la cual se adopta una concepción holística aceptando participación de diferentes ciencias convirtiéndose así en un ejercicio multidisciplinar de las ciencias sociales (Pereira, 2007).

1.7.2.1.2 Características del Perfil Emprendedor

Las investigaciones sobre la personalidad emprendedora apuntan principalmente a descubrir los rasgos y características de personalidad que permitan predecir comportamientos emprendedores.

Para ser un emprendedor se requiere tener cierto perfil, ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad. No es una tarea fácil identificar con claridad cuál debe ser el perfil de un emprendedor, pero muchos autores coinciden que los factores más importantes a tener en cuenta, son los siguientes: la necesidad de logro, trabajo en equipo, propensión a asumir riesgos, liderazgo, confianza, creatividad, honestidad, entre otros (Gartner, 1989). Son diversas las características que posee una persona con espíritu empresarial (Varela, 2001), dentro de las que se mencionan la capacidad de identificar oportunidades de negocio, la capacidad de responder a esas oportunidades o necesidades con ideas creativas e innovadoras, motivación para emprender nuevas acciones de acuerdo a las oportunidades detectadas, a sus capacidades y mantener constancia en las acciones emprendidas

Las características mencionadas hacen parte del perfil emprendedor, estas se encuentran inmersas en los procesos de emprendimiento que sufre cada individuo, estas serán estudiadas por diferentes autores, con el fin que se pueda entender el impacto que estas tienen dentro del proceso emprendedor y desde la gestión de los mismos.

1.7.2.1.3 Características Personales

El conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor hacen referencia a las características personales, y estas le permiten movilizar y mantener su gestión empresarial. Entre estas características se pueden mencionar la creatividad, responsabilidad y toma de decisiones.

1.7.2.1.4 **Creatividad como soporte del emprendimiento.**

Las investigaciones relacionadas con la creatividad han sido encaminadas principalmente por el campo de la psicología, la gerencia y la económica según López (2008) citando a Gaglio & Taub (2001); Kirzner (1979); Hills et al (1999); Amabile (1997); Lumpkin & Lichtenstein (2005); por consiguiente, en el ámbito organizacional la creatividad tiene gran importancia, ya que es el principal insumo para la creación de nuevas ideas y el fomento de procesos de emprendimiento López (2008). Desde este mismo aspecto, Amabile (1997) especifica que la creatividad es la capacidad de crear ideas novedosas y útiles para una persona o grupos.

Así mismo , autores como Chen et al, 1998; Csikszentmihalyi, 1997; Hills & Shrader, 1998; Hills et al, 1999; Howell et al, 2005; Kanter, 2000; Kuratko et al, 2005; Sternberg, 2004; Hansen et al, 2006 en López (2008), especifican un tipo de creatividad denominada descubridora, que para ellos está relacionada con el conocimiento y la experiencia que los emprendedores adquieren a través de la variedad de proyectos que inician y resultan exitosos, que van generando entusiasmo, motivación para emprender nuevos proyectos con éxito y actitud positiva. De igual forma, Flores & Méndez (2010) creen que la creatividad es una “condición esencialmente humana, presente en todas sus actividades, desde las más simples hasta las más complejas”, por lo que es considerada del diario vivir de las personas y está enlazada con el pensamiento divergente, flexibilidad, originalidad y fluidez.

Igualmente, Amabile (1998) hace referencia que la creatividad tiene está compuesta por tres elementos como son: la capacidad de pensar flexible e

imaginativamente, la motivación y la pericia. Lo anterior indica la relación de conocimiento técnico/procedimental y el saber teórico con la flexibilidad para enfrentar diferentes situaciones, que implican unas características desde el ser, como la motivación que promueva la realización de nuevas tareas o generación de ideas para responder a las demandas que presenta en la realidad. Flores & Méndez (2010), con respecto a lo anterior plantean que la creatividad se relaciona con la capacidad de una persona para dar solución a determinados problemas, mediante la elaboración de ideas que se transforman en estrategias de solución.

Sobre las bases de las ideas expuestas, se puede resaltar la importancia que tiene la creatividad en los procesos de emprendimiento, tomando a ésta como una de las principales características personales en la formación del perfil emprendedor.

1.7.2.1.5 **Emprendimiento y responsabilidad**

La responsabilidad social puede ser definida como el conjunto de compromisos y obligaciones éticos y legales que surgen para todos los miembros de una organización a nivel económica, ambiental y social, que deben ser asumidos por el individuo que pone en marcha una acción emprendedora, desde que inicia su propuesta hasta que obtener empresas viables y sostenibles (Orrego, 2008).

Según Cortina (2003), proyecta una ética solidaria, donde el individuo reconoce el impacto que han tenido sus acciones en el deterioro del planeta y la sociedad, de igual manera se proyecta como un representante en la construcción de alternativas de solución, lo que involucra que la responsabilidad solidaria se plantee como una

respuesta a los actuales problemas que enfrenta la humanidad. Por consiguiente, se entiende el emprendimiento como una habilidad soportada en la responsabilidad solidaria, que busca un aporte al desarrollo de las sociedades con el fin de atender necesidades socioeconómicas de una región o país.

Arroyo (2004), la responsabilidad alude a la capacidad y habilidad que tiene un individuo de identificar y aceptar las consecuencias que traen sus acciones, por lo tanto, menciona que un individuo responsable está en la capacidad de reflexionar frente a los efectos positivos y negativos de sus actuaciones. Por consiguiente, una persona responsable es consciente de lo que implica la toma de decisiones la cual está soportada en la idea de no afectar a otros sin perder de vista la influencia que pueden tener sus decisiones y actos en la vida e integridad de un colectivo.

1.7.2.1.6 **Emprendimiento y la toma de decisiones**

Según Cortina (2003) la toma de decisiones debe estar acompañada de un ejercicio reflexivo, que implica identificar los pros y contras de cualquier elección que se tome. Lo anterior evidencia como la toma de decisiones, se establece en un ejercicio racional que involucra conocimientos, carácter, decisión, entre otros, para escoger la mejor opción ante las situaciones futuras, por consiguiente, se compone en una herramienta de apoyo primordial en los procesos de emprendimiento.

Autores como Díaz (2011) destacan la importancia de la toma de decisiones, y reflexiona que esta no sólo debe estar fundamentada en el factor costo-beneficio, sino que debe estar incluido como un componente ético, permitiendo identificar los efectos

que en otros puede tener la elección realizada, de ahí que considere que “la decisión con ética es el arte del gerente virtuoso” (Díaz, 2011, pág. 325).

Para la toma de decisiones Bohome (2009) citando a Simón, se mencionan algunos factores que intervienen en la toma de una decisión, dentro de los que están:

- Conocimiento sobre la situación o tema: en este factor sobresalen el conocimiento y la experiencia que han adquirido las personas en el manejo de determinadas situaciones, y, por consiguiente, la toma de decisiones en las efectiva y rápida.
- Detenimiento en aspectos relevantes: el individuo en este ciclo desarrolla un estudio de la situación destacando los aspectos más importantes, dando paso a la búsqueda de estrategias que permitan lograr el objetivo, y descartando en el proceso de decisión los aspectos menos importantes.
- Las expectativas que se generan sobre los niveles de aspiración: Tomando como resultado la evaluación personal y comparación con diferentes personas, frente a los alcances que se pueden tener se generan diferentes expectativas.
- Los niveles de aspiración: la persona genera una valoración de lo que tiene, teniendo en cuenta sus capacidades y los objetivos que estas le permitan alcanzar, finalmente, realiza una comparación con otros individuos que está en su misma posición.

1.7.2.1.7 Características Sociales

Las características sociales van encauzadas a la búsqueda del bien común, de ahí que, se reflejan en el perfil de un emprendedor cuando interactúa en su contexto, con el

fin de promover en la región que se desarrolla el emprendimiento el crecimiento sostenible. Entre las principales características se pueden mencionar: Trabajo en equipo, solidaridad y Liderazgo (Gartner, 1989; Congreso de la República de Colombia, 2006).

El Trabajo en Equipo, según Franco & Velásquez (2000), el trabajo en equipo se caracteriza por la composición de un conjunto de personas con habilidades diferentes, las cuales se encuentran mezcladas por unos proyectos o metas comunes en función de su alcance. Así mismo, la capacidad de trabajo en equipo, se convierte en un factor clave que determina el perfil emprendedor lo que permite el alcance de los objetivos y proyectos organizacionales.

No obstante, Castaño et al (2007) argumentan que:

Las ventajas que aportan los sistemas de trabajo en equipo a nivel organizacional no son suficientes; si no se analizan beneficios que aportan a los integrantes de los equipos como son la satisfacción de las necesidades de reconocimiento, pertenencia, la facilitación del desarrollo personal y profesional de sus miembros, mediante el apoyo y la retroalimentación que brindan sus compañeros; pues son ellos los que actúan como fuerzas impulsoras de su desarrollo y transformación (pág. 369).

Puga & Martínez (2008) plantean que el trabajo en equipo es una destreza de las personas que crean empresas, convirtiéndose esta en una estrategia fundamental para la mejora continua de las organizaciones, teniendo en cuenta que las personas deben convertirse en un facilitador de gestión permitiendo la intervención de los individuos que hacen parte de la organización y por medio de la confianza que este posee sobre los

integrantes que realizarán un gran aporte para el desarrollo conjunto de políticas y directrices.

Por lo anterior, Hellrieger et al (2002) plantean que el trabajo en equipo a través del emprendedor, crea espacios suficientes para que los integrantes de la organización favorezcan en su desarrollo, por medio de herramientas necesarias para valorar y reconocer la intervención de los individuos que conforman los equipos de trabajo, así mismo se deben destacar las aptitudes y fortalezas que estos poseen, de igual manera, es necesario comprometerse con las actividades desarrolladas dentro de los equipos de trabajo, esto gira en función los objetivos trazados por organización. En consecuencia, se debe generar un buen clima laboral que permita orientar al equipo de trabajo en el cumplimiento de los objetivos de la organización por medio de los siguientes aspectos : la confianza en los equipos de trabajo, compromiso y capacidad de coordinación, aceptación de la participación e integración de los equipos dentro de los procesos de la organización, persuasión sobre la importancia de dichos equipos de trabajo, conocimiento de las fortalezas y debilidades de las personas que integran los equipos de trabajo (Puga & Martínez, 2008).

La Solidaridad es la búsqueda del beneficio común, la responsabilidad hacia los otros, o también, se define como un compromiso comunitario. La solidaridad, puede ser vista como un factor que puede determinar la acción exitosa (Malavé & Piñango, 2012). La solidaridad es uno de los rasgos o perfiles que caracterizan a los emprendedores la cual se entiende como la “búsqueda del bien común, o como responsabilidad hacia sus semejantes, o bien como compromiso comunitario” (Bilbao & Pachano, 2002, pág. 25). Teniendo en cuenta lo anterior se puede decir que la solidaridad influye en el logro de

objetivos y metas exitosas y en la manera de actuar de todo individuo que inicia una gestión, por consiguiente, los emprendedores continuamente comparten intereses y conocimientos desde sus ideas de negocios o en su defecto en emprendimientos ya constituidos, por medio de la creación de redes que le permita interactuar con otros individuos.

El liderazgo Varela (2001) argumenta que el liderazgo se entiende como la capacidad de ser aceptado por los integrantes del equipo de trabajo en el momento de compartir ideas y tareas, mejorando la comunicación y las buenas relaciones entre ellos, suministrando el proceso de socialización de las ideas generadas del equipo. El liderazgo es un elemento que se contemplan en el perfil emprendedor, por medio de este de promover el desarrollo de iniciativas emprendedoras en organizaciones establecidas y emergentes, también, una cultura emprendedora que les permita desarrollar ideas creativas respaldadas en la innovación (Van Rensburg, 2013).

Por otro lado Huaylupo (2007), “el liderazgo, es una relación social que expresa y representa los sentimientos y aspiraciones de específicas colectividades, de ningún modo desarraigado del devenir de la organización, ni del medio social e histórico de las sociedades” El liderazgo es un proceso de influencia ejercido por el creador de negocio dentro de un grupo de trabajo organizado, para poder alcanzar de forma efectiva un objetivo planteado previamente, mediante la orientación de una visión compartida entre los integrantes de la organización y el surgimiento de nuevas estrategias que permitan el cambio de pensamientos, Palomo (2007).

Según Estrada (2006) el liderazgo es el arte mediante el cual, el emprendedor logra integrar a las personas en función de las actividades propuestas por él de una manera voluntaria y comprometida para realizar una idea de negocio que permita cumplir con los objetivos de una organización, por lo tanto es indispensable que los integrantes del equipo posean las siguientes características: compromiso con los procesos de la organización, necesidad de logro e identificación de oportunidades y visión estratégica.

Al mismo tiempo Konntz & Weihrich (1998), puntualizan el liderazgo como la capacidad que posee un creador de empresas para relacionar de la mejor manera los equipos de trabajo con el fin de cumplir los objetivos organizacionales y las metas, a través de la facultad de establecer ambientes propicios de trabajo en pro del desarrollo, su capacidad de inspirar, sus habilidades y la orientación al logro de los integrantes de la organización.

1.7.2.1.8 Características Psicológicas

Según Liñán (2004) las características psicológicas están dadas por la influencia de valores culturales y sociales, factores socioeconómicos que incurren sobre la persona y la formación recibida por este.

Una de las características que poseen los emprendedores es la orientación al logro de objetivos que les estimula a la mejora continua, este estímulo al logro es generado por obtener resultados esperados. Esta característica está relacionada a la

confianza que tiene el emprendedor en su trabajo profesional, así mismo, para Morris & Maisto (2005) los individuos con alta orientación al logro tienen mayor esperanza de alcanzar el éxito que incurrir en el fracaso, pero de antemano son personas que se esfuerzan por ser persistentes cuando se presentan situaciones difíciles.

Así mismo, Padrón & Sánchez (2010) resaltan que los individuos con alto impulso de logro desean realizar algo mucho mejor y de una manera más eficiente que como lo habían realizado anteriormente, les gusta alcanzar el éxito con esfuerzo mas no por casualidad, anteponen el reto de trabajar con un dificultado problema y se someten a la responsabilidad personal del éxito o el fracaso.

Analizando los estudios realizados sobre emprendimiento en América Latina se podría decir que algunos individuos inician empresas de subsistencia sin viabilidad de mediano o largo plazo terminando en el autoempleo de subsistencia y de baja de calidad esto debido a que no cuentan con el talento empresarial ni la vocación, esto es generado por la situación social en la mayoría de países ubicados en Centroamérica y Suramérica (Kantis et al, 2004), Sin embargo existen personas con las características que identifican a un emprendedor que no alcanzan a realizar sus idea de emprendimiento por falta de entornos facilitadores del proceso y de motivación.

El miedo al fracaso no hace parte de las cualidades del emprendedor, porque ve las dificultades como aprendizaje, enseñanza con orientación al éxito (Mohd & Mohammad, 2009; Palich & Bagby, 1995), con la finalidad de lograr un equilibrio personal y profesional. Rodríguez (2009), argumenta que, con el nivel de incertidumbre y el riesgo, la persona que realiza su trabajo en el área del emprendimiento proyecta

aprovechar las oportunidades tomando decisiones más acertadas, apoyado en su pensamiento creativo e innovador para la elaboración, el mejoramiento y la transformación de bienes y servicios, con la finalidad de presentarlos al mercado objetivo, satisfaciendo teniendo en cuenta sus características y especificaciones.

En síntesis, los individuos se hacen un cuestionamiento en particular ¿el emprendedor nace o se hace? los expertos en el tema manifiestan que es una mezcla de ambos aspectos. Las personas emprendedoras poseen atributos inherentes de la personalidad que generan resultados en su entorno, en la economía y en la región en la que se desenvuelven. De acuerdo a Marulanda et al (2009), la mezcla de factores exógenos tales como los culturales, familiares y laborales permiten potencializar dichas habilidades.

1.7.2.1.9 Características Sociodemográficas de los Emprendedores

Según Arenius & Minniti (2005), existen factores demográficos y económicos que inciden sobre la decisión personal de ser emprendedor como el género, la edad y el nivel educativo.

- Emprendedores según el género

El informe GEM (2010) establece que el emprendimiento obedece al género, resaltando en mayor proporción la actividad masculina, debido a que la inclusión del género femenino en el ámbito laboral fue tiempo después y en la actualidad esta realidad se aprecia en los empresarios; esto quiere decir que la actividad empresarial en

los hombres es superior a la de las mujeres esto como resultado del comienzo anticipado en el campo profesional / laboral que los hombres tuvieron. Así mismo, Moriano et al (2006) descubrieron que la intención o espíritu emprendedor está directamente relacionado con el género.

Del mismo modo, Daza et al (2010) destacan en los hombres, la facilidad que tienen para identificar oportunidades de negocio con respecto a las mujeres, ellos encontraron que aquellas que emprenden lo hacen más por necesidad y que la mayoría de las mujeres temen más al fracaso. Desde otra perspectiva, Arenius & Minniti (2005) manifiesta que el género femenino con un nivel de educación de secundaria, tienen un porcentaje mayor de probabilidad de iniciar su emprendimiento con respecto al género masculino teniendo estos el mismo nivel de educación.

- Emprendedores según la edad

El perfil del emprendedor tiene como base la edad la cual hace parte las características demográficas, comprobándose mayor participación en los jóvenes, pues son ambiciosos y poseen menos temor al riesgo (Cuervo et al, 2006), de ahí que esta situación se debe reforzar implementando programas que incentiven el espíritu emprendedor para este tipo de población lo que permitirá el proceso de creación de empresas de manera fácil (Arenius & Minniti, 2005). Argumentan que el emprendedor tiende a tener más edad que el empleado, esto se debe a la necesidad de adquirir experiencia previa y obtener algunos recursos antes de tomar la decisión de crear empresa.

- Estrato socioeconómico y emprendimiento

El estrato socioeconómico y el emprendimiento en la clase media, se transforma en una alternativa para el desarrollo económico de la persona, dando como resultado movilidad en la economía de los países que apoyan estas actividades.

Más de la mitad de los emprendedores (57%) de clase media, han trabajado antes como empleados, principalmente en pequeñas y medianas empresas (Pymes). En tanto, es más común entre los empresarios de la clase más acomodada, (44%) tener experiencias previas en emprendimientos. En América Latina, las familias de los emprendedores de clase media tienen menor notoriedad en el mundo empresarial que la de los más ricos (Mundo Alma, 2014). Simultáneamente, Garazi (2011), en la intención de generar procesos de emprendimientos los factores del entorno familiar influyen directamente, estimulado por un hecho que ellos denominan “exposición previa”, que trata específicamente con el evento que tiene una persona de ver el espíritu emprendedor cristalizado en algún familiar, al mismo tiempo es relacionado con el nivel socioeconómico que pertenece. Del mismo modo, (Krueger, 1993) en Garazi (2011), piensa que, en una familia de estrato socioeconómico medio, donde los padres han sido emprendedores, los hijos tienden a tomar como una alternativa de vida y profesional el desarrollo del espíritu emprendedor.

Ordeñana & Arteaga (2012) destacan la relación entre los emprendedores de clase media y las características o habilidades personales entre las cuales se pueden mencionar: creatividad y toma de decisiones y el logro de objetivos, en contraste con los emprendedores de clase alta que desarrollan especialmente la capacidad en pensamiento creativo, toma de decisiones y resolución de problemas. Teniendo en cuenta lo anterior se puede decir que el logro de los objetivos y habilidades de comunicación se

desarrollan en menor frecuencia en los emprendedores de la clase alta en comparación con los de la clase media. La afirmación anterior, plantea que ser emprendedor no depende solo de las habilidades y actitudes que el sujeto desarrolle dentro de su formación profesional, sino además de una serie de características sociodemográficas que orientan al emprendedor.

Para efectos de este proyecto se entenderá por capacidades emprendedoras como aquellas actitudes que lleven a un sujeto a generar un proceso de generación de valor de forma novedosa y sostenida en el tiempo. Entre estas, se encuentran: la creatividad; la autoconfianza; la iniciativa; la capacidad de asumir riesgos y afrontarlos; la capacidad de organización y planificación; la actitud positiva hacia el trabajo; la predisposición hacia el trabajo en equipo; la tenacidad; la tolerancia a la frustración; la orientación al logro; y la orientación comercial (Varela, 2001).

1.8 Marco conceptual

En esta sección se explican algunos conceptos que son usados a lo largo de todo el trabajo y son consultados de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2005). A partir de aquí se pueden encontrar las siguientes definiciones:

- **Emprendimiento:** Conjunto de personas, variables y factores que intervienen en el proceso de crear una empresa. Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riquezas. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteadas con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Zuluaga, 2010, pág. 58).
- **Competencia:** Pericia, aptitud, idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado.
- **Recurso:** Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa
- **Gestión:** Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera.
- **Capacidad:** Aptitud para ejercer personalmente un derecho y el cumplimiento de una obligación.
- **Innovación:** Es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas

internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

- Estrategia: En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

1.9 Operacionalización de variables

La variable objetivo es la capacidad emprendedora, que a su vez está en función de otras Subvariables que encuentran concordancia con la teoría en los constructos medidos en trabajos como: GEM (1998), Varela (2006), Venkataraman (2003), Kuratko & Hodgetts (2004) y Barringer & Ireland (2006). De igual forma, según Gartner (1989), se asocian al perfil emprendedor y las características personales del mismo, dependen de aspectos como las aptitudes, la necesidad de logro, trabajo en equipo, propensión a asumir riesgos, liderazgo, confianza, creatividad y la honestidad. De igual forma, al realizar una comparación en investigaciones como Rusque (2005), Viera et al (2008) y Gómez & Satizabal (2011), se completan en las variables de la Tabla 1-3.

Tabla 1-3. Operacionalización de Variables

Variable dependiente	Variabes independientes	Indicador
Capacidad emprendedora	Liderazgo	Grado en que se cumplen las características de liderar proyectos, operaciones o proceso.
	Creatividad	Grado en que se poseen ideas originales, soluciones novedosas a un problema y generación de nuevas formas de hacer las cosas
	Responsabilidad Social	Grado en que mide los impactos que genera su actividad en el entorno que rodea al individuo, en referencia a lo económico, social, entre otras.
	Oportunidades	Grado en el que visiona las oportunidades que tiene en un medio tan cambiante.
	Superación personal	Valor asociado a que tanto ha evolucionado en forma personal, académica, laboral, económica y espiritual.
	Familia	Puntaje obtenido de que tanto ha influido en su familia y como la familia ha influido en el individuo.
	Incentivos y obstáculos	Grado en que balancea los recursos obtenido por la actividad que desempeña con los obstáculos normales del medio como la competencia y

directrices de nivel macro que no son controlables por el individuo.

Motivación Valor asociado a la actitud adoptada ante los aciertos y desaciertos que puede tener en el camino al emprender un proyecto

Fuente: Adaptado de Gómez & Satizabal (2011)

1.10 Marco metodológico

1.10.1 Enfoque epistemológico

Según Hernández et al (2014), los estudios cuantitativos se rigen bajo una postura positivista, se parte de que hay una realidad que conocer, que la realidad que se va a estudiar es única y no cambia por las observaciones que se realizaron, se busca la objetividad y en los alcances se tiene describir, explicar, comprobar y predecir fenómenos. Este último aspecto, se enmarca en el tipo de investigación y diseño del presente trabajo que se explica en las secciones siguientes.

Seguidamente, los estudios cuantitativos, manejan una lógica deductiva. Es decir, de lo general a lo particular (de las leyes y las teorías a los datos). De igual forma, el papel de los fenómenos estudiados es pasivo y la revisión de la literatura es importante porque, guía la investigación, debido a que las variables del instrumento van acordes a lo encontrado en el marco teórico y los diseños de estos trabajos son estructurados, predeterminados (antes de la recolección de los datos)

Por otro lado, la población y muestra, buscan generalizar los datos de una muestra a una población, para esto, se involucran gran cantidad de casos en la investigación para poder hacer las estimaciones. Estas cantidades se rigen por el principio de la representatividad, los datos se caracterizan por ser numéricos y confiables. La recolección de estos se basa en instrumentos estandarizados, tal y como ocurre en el presente trabajo.

1.10.2 Tipo de investigación

La presente investigación está enmarcada en un enfoque cuantitativo y en un tipo de estudio descriptivo. El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio, cada etapa precede la siguiente y no se pueden eludir pasos, el orden es riguroso; parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica, de las preguntas se establecen las variables, se desarrolla un plan para probarlas, se miden las variables en un determinado contexto, que en este caso son los estudiantes, se analizan las mediciones obtenidas, utilizando métodos estadísticos y luego se establecen una serie de conclusiones. (Hernández Sampieri, 2010). En cuanto al estudio descriptivo, se busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, así mismo los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” (Hernández Sampieri, 2010, p.85). En este sentido se trata de analizar de manera precisa la como se encuentra la capacidad emprendedora de los estudiantes del programa de administración de empresa de la Universidad de la costa.

1.10.3 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación responde a propósitos como responder a la pregunta de investigación y cumplir con los objetivos de investigación. Para el presente

trabajo, se opta por un diseño no experimental de investigación. Estos estudios, se realizan sin la manipulación deliberada de las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. Es decir, no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por quien realiza la investigación. En esta, las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. De igual manera, en estos diseños se usa las encuestas de opinión con frecuencia, tal y como se plante en las técnicas de recolección de datos de la sección siguiente.

Ahora entre la gama de diseños no experimentales, el presente trabajo es de clase transversal o transeccional, debido a que en el plan de investigación solamente se tiene la recolección de los datos en un solo momento, en un tiempo único. Y, el propósito de estos, es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Sin embargo, entre los diseños transeccionales, se enmarca en los de tipo descriptivo que buscan indagar la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos.

1.10.4 Técnicas y fuentes de recolección de datos

Los estudios de enfoque cuantitativo tienen naturaleza, que se caracterizan por tener datos confiables y duros; y respondiendo a este enfoque, en el presente trabajo de investigación se van a utilizar técnicas de recolección de información aplicada

directamente a la población objeto de estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 12). De igual forma, la recolección se basa en instrumentos estandarizados. Es uniforme para todos los casos. Los datos se obtienen por observación, medición y documentación. Se usan instrumentos que han demostrado ser válidos y confiables en estudios previos, o se generan nuevos basados en la revisión de la literatura y se prueban y ajustan. Las preguntas, ítems o indicadores utilizados son específicos con posibilidades de respuesta o categorías predeterminadas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Tomando como referencia los objetivos y el diseño del presente estudio, se utilizará como técnica de investigación la encuesta, donde se percibirán de manera deliberada ciertos rasgos existentes en el objeto de la investigación, que en este caso lo constituye el análisis de las capacidades emprendedoras. La encuesta estructurada en el proceso de la presente investigación recoge las percepciones de los estudiantes. Por otro lado, para efecto de este trabajo, se recurrirá como instrumento de recolección de datos primarios un cuestionario estructurado con una escala Likert; utilizando una hibridación de los componentes de Gómez & Satizabal (2011) con el cuestionario ICEU (Intención emprendedora y competencias en estudiantes universitarios), ver Anexo 1: Cuestionario de capacidades emprendedoras en estudiantes universitarios.

Finalmente, se entienden como fuentes secundarias en el contexto del desarrollo de la presente investigación, toda la recolección de datos obtenidos de la lectura de documentos, libros y trabajos de investigación, artículos de investigación, estudios, informes de entidades gremiales sobre innovación, innovación tecnológica (de productos y procesos) y todo aquel material bibliográfico que se encuentre relacionado con las variables objeto de análisis. Para la recolección de la información secundaria se

utilizó como técnica, la consulta en las páginas web de diferentes gremios y entidades que presentan estudios e información pertinente.

1.10.5 Técnicas de procesamiento de información

En razón, del tipo de estudio, se tiene planificado unas etapas en el desarrollo del trabajo que involucran procesamiento de información. Para este, se usa la herramienta SPSS (paquete estadístico para ciencias sociales, siglas en inglés). Por lo tanto se tiene los siguientes:

1. Inicialmente, se debe validar el instrumento con una prueba de consistencia interna de Alfa de Cronbach.
2. Después, se realiza un análisis descriptivo de los componentes inmersos en el instrumento.
3. Seguidamente se realiza un análisis relacional entre los factores del instrumento.
4. Luego, se ajusta un modelo estadístico de regresión tomando como variable dependiente la Capacidad emprendedora e independientes las conformadas por los componentes del instrumento.

1.10.6 Población y muestra

Para el presente estudio la población o universo de estudio se encuentra delimitada y representada por los 1276 estudiantes pertenecientes al Programa de Administración de Empresas la universidad de la costa de la ciudad de barranquilla en el periodo académico 2015-2. La muestra se halló usando un muestreo aleatorio simple,

debido a que todos los individuos tienen igual probabilidad de ser seleccionados dentro de la muestra. Esta metodología se usa frecuentemente para hacer estudios donde debe primar el carácter aleatorio de los puntos de interés, es decir, evitar la existencia de los sesgos, que es el favorecimiento de algunos individuos en lugar de otros (Llinás, 2010).

De acuerdo a lo anteriormente escrito se utilizó un muestreo aleatorio con una confianza del 95% y un margen de error del 5%, el tamaño muestral es:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N} = \frac{1276}{1 + (0,05)^2 (1276)} \approx 306$$

Donde $N = 1276$, corresponde al número total de estudiantes en el periodo de tiempo escogido, e es el error en el muestreo equivalente a un 5% y n es el tamaño muestral que se tomó como referencia en el proceso de toma de datos para el presente estudio.

Cabe resaltar, que el muestreo aleatorio es necesario, porque se requiere que la intención emprendedora no se vea sesgado por las opiniones de un segmento de estudiantes, sino sea transversal a todo el programa académico, esto implica que todos los 306 estudiantes tuvieron igual probabilidad de ser escogidos para el presente estudio. Seguidamente, esta técnica de muestreo es la que mejor controla el margen de error (en estudios con muestra probabilística, población finita y sin reemplazo), que para este fue caso del 5%. También, genera una aproximación a una distribución normal,

porque la muestra es mayor a 30 individuos. Ahora, en términos prácticos, computacionalmente se genera una enumeración de los empleados y se generan 306 números aleatorios discretos bajo distribución uniforme, que fueron los encuestados.

2 Análisis de resultados: Identificación de las capacidades emprendedoras actuales de los estudiantes del programa de administración de empresas de la universidad de la costa CUC.

En esta sección se esbozan principales hallazgos obtenidos a la hora de aplicar las encuestas a los elementos de la población objetivo del presente estudio. Inicialmente, se realiza un análisis de la consistencia interna del instrumento aplicado, después, se pasa a un diagnóstico de las capacidades emprendedoras, seguidamente, se determinan cuáles son los principales factores en la creación de nuevos negocios y se termina con la relación existente entre las capacidades emprendedoras.

2.1 Fiabilidad del instrumento.

El análisis de fiabilidad de un instrumento de investigación, es un proceso mediante el cual se mide qué tan consistente resulta ser un instrumento para ser aplicado sobre una unidad de análisis. Para este estudio, se toma como referencia la prueba de Alpha de Cronbach, que es la recomendada cuando los instrumentos vienen con respuestas únicas en escala tipo Likert. Esta prueba depende de la variabilidad de cada ítem y la participación de esta en la variabilidad total del instrumento, que matemáticamente es así:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Este coeficiente debe estar por encima de 0.7, para que pueda considerarse una consistencia interna buena. Sin embargo, existe un intervalo entre 0.6 y 0.7, donde no es correcto afirmar que el instrumento no es fiable, sino que se debe hacer una depuración de algunos ítems que están impactando en gran manera la variabilidad total y, por ende, el valor de α . Aunque, existen trabajos en la literatura existente donde para investigaciones de tipos no experimental de corte transversal en campo, es aceptable en una pequeña proporción de componentes evaluados porque dentro de la muestra pueden existir distintos patrones de comportamiento que hace que la variabilidad que tienen un ítem sea muy alta.

Tabla 2-1. Pruebas de fiabilidad total y por componentes

Componente	Alfa de Cronbach	N de ítems
------------	------------------	------------

Liderazgo	0,891	17
Creatividad	0,892	35
Responsabilidad Social	0,797	17
Oportunidades	0,791	5
Superación personal	0,794	7
Familia	0,814	6
Incentivos y obstáculos	0,687	16
Motivación	0,643	5
Tota	0,912	108

Fuente: elaboración propia

Este coeficiente debe estar por encima de 0.7, para que pueda considerarse una consistencia interna buena. Para el caso de este estudio, se obtuvo un Alpha de 0.912 con 108 ítems válidos, generados por el procedimiento Análisis de Fiabilidad de la herramienta SPSS versión 20 (ver *Tabla 2-1*). Sin embargo, para la mayoría de componentes el estadístico está por encima de 0,7 o muy cercano. Es decir, se puede afirmar con las cifras obtenidas de que instrumento de investigación aplicado es fiable.

Luego de constatar que el instrumento es fiable internamente, es necesario medir qué tan válido es lo que se está preguntado. Esto se debe a que lo que se pregunta son constructos que no se pueden medir con instrumentos de medición convencionales.

2.2 Las capacidades emprendedoras actuales de los estudiantes del programa de administración de empresas de la universidad de la costa CUC.

De acuerdo a Varela (2001) las capacidades emprendedoras son aquellas actitudes que llevan a un sujeto a generar un proceso de generación de valor de forma novedosa y sostenida en el tiempo. Entre estas, se encuentran: la creatividad; la autoconfianza; la iniciativa; la capacidad de asumir riesgos y afrontarlos; la capacidad de organización y planificación; la actitud positiva hacia el trabajo; la predisposición

hacia el trabajo en equipo; la tenacidad; la tolerancia a la frustración; la orientación al logro; y la orientación comercial.

A los fines pertinentes de este proyecto, y con el objetivo de facilitar su análisis se entenderán las capacidades las capacidades emprendedoras de acuerdo a los conceptos de Gómez & Satizabal (2011), quien los resumen en las siguientes variables: Liderazgo, Creatividad, Responsabilidad. Social, Oportunidades, Superación personal, Familia, Incentivos y obstáculos, Motivación

2.2.1 Las capacidades emprendedoras: aspectos generales

En el presente estudio se tomó una muestra de 306 individuos los cuales el 53,6% son hombres y el 46,4% son mujeres. Estos tienen una edad promedio de 23,67 años (DE=4,652) y la media de los años de experiencia es de 3,56 años (DE=4,153). Seguidamente, el 63,8% de los encuestados ha realizado algún curso de emprendimiento contra un 36,2% que no lo ha hecho. De igual forma, se evidencia que solamente el 35,6% de las personas en el momento están involucradas en la creación de una empresa contra un 63,4% que no está inmerso en dicho proceso. Ahora en referencia a el evento si uno de sus padres es o ha sido empresario se encuentra que en un 35,6% si lo son mientras que un 63,4% son empresarios y cuando se les consulta por su referente profesional en su entorno social más inmediato el 29,6% se inclina por el padre, un 19%

a otro familiar como padrastros, abuelos o primos, un 17,7% a la madre, el resto se comparte entre amigos y profesores (ver *Tabla 2-2*).

Tabla 2-2. Frecuencias para Sexo y variables de perfil general

Variable	Categoría	Frecuencia	%
Sexo	Masculino	164	53,6
	Femenino	142	46,4
¿Ha realizado un curso relacionado con el emprendimiento?	Si	169	63,8
	No	96	36,2
¿Alguno de tus padres es o ha sido empresario?	Si	105	34,3
	No	187	65,7
¿En estos momentos se encuentra involucrado en la creación de una empresa?	Si	105	35,6
	No	187	63,4
¿A qué persona de tu entorno consideras tu referente profesional?	Padre	87	29,6
	Madre	52	17,7
	Hermano	36	12,2
	Otro familiar	56	19,0
	Amigo	27	9,2
	Profesor	9	3,1
	Otro	27	9,2

Fuente: elaboración propia

2.2.2 Las capacidades emprendedoras: incentivos, obstáculos y oportunidades

El miedo al fracaso no hace parte de las cualidades del emprendedor, porque ve las dificultades como aprendizaje, enseñanza con orientación al éxito (Mohd & Mohammad, 2009; Palich & Bagby, 1995), con la finalidad de lograr un equilibrio personal y profesional. Rodríguez (2009), argumenta que, con el nivel de incertidumbre y el riesgo, la persona que realiza su trabajo en el área del emprendimiento proyecta aprovechar las oportunidades tomando decisiones más acertadas, apoyado en su pensamiento creativo e innovador para la elaboración, el mejoramiento y la

transformación de bienes y servicios, con la finalidad de presentarlos al mercado objetivo, satisfaciendo teniendo en cuenta sus características y especificaciones.

Por otro lado, cuando se analizan los ítems agrupados por componentes, se puede apreciar en el componente de incentivos y obstáculos. Este se refiere a un grupo de ítems que miden la percepción de todas las barreras culturales, económicas y sociales para que un emprendedor sea exitoso. Aquí que existen 3 preguntas donde los encuestados se mantienen en un valor medio de 3 de forma redondeada significando en términos del contenido de la misma aspectos de duda o poca determinación en relación al evento de que los emprendedores trabajan demasiadas horas, que obtienen ingresos irregulares y que existen demasiadas demandas fiscales. De igual forma, el aspecto que mayor dispersión muestra es: “Actualmente no conozco ningún sector de actividad donde podría desarrollarme” con 1.24, esto es debido a la inestabilidad de las respuestas al momento de consolidar, sin embargo, este aspecto, se muestra en la misma tendencia que los anteriores, junto con la existencia de muchos trámites burocráticos (ver *Tabla 2-3*). Ahora, en el componente de Oportunidades (son aquellos ítem que miden como es la percepción del medio que rodea al emprendedor), se muestran cifras muy interesantes debido a que la mayoría de los ítems muestra un valor medio redondeado a 4 y casi todas dispersiones debajo de 1. Esto, significa que existen percepciones favorables (ver *Tabla 2-4*).

Tabla 2-3. Descriptivos para ítems de Incentivos y Obstáculos

Ítem	Medi a	Mediana	Mod a	Desv. Típ.
Los emprendedores tienen una imagen positiva en la sociedad	4,03	4	4	1,08
Existe apoyo y servicio cualificado para los emprendedores	3,55	4	4	0,93
La atmósfera creativa de mi universidad inspira para desarrollar nuevas ideas de negocio	3,69	4	4	1,01

Siendo emprendedor puedo ayudar a otras personas	4,29	5	5	0,97
Un emprendedor obtiene ingresos elevados	3,66	4	4	0,99
Siendo emprendedor podré auto – realizarme	4,16	4	4	0,98
Existen demasiados trámites burocráticos	3,47	4	4	1,03
Actualmente no conozco ningún sector de actividad donde podría desarrollarme	2,71	3	2	1,24
Los emprendedores trabajan demasiadas horas	3,13	3	2	1,20
No tengo la formación empresarial suficiente	2,84	3	4	1,16
No se me ocurren buenas ideas	2,53	2	2	1,17
Existen demasiadas cargas fiscales	3,41	4	4	1,19
Ser emprendedor es una gran responsabilidad	3,81	4	4	1,03
Existen dificultades para conseguir financiación	3,62	4	4	1,13
Los emprendedores obtienen ingresos irregulares	3,11	3	3	1,08

Fuente: elaboración propia

Tabla 2-4. Descriptivos para Oportunidades

	Media	Mediana	Moda	Desv. Típ.
Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí	3,89	4	4	1,04
Una carrera como emprendedor es atractiva para mí	4,07	4	4	0,91
Si tuviera las oportunidades y los recursos, me encantaría crear una empresa	4,45	5	5	0,79
Ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mí	4,35	4	5	0,79
Entre las distintas opciones, preferiría ser un emprendedor	4,19	4	5	0,87

Fuente: elaboración propia

2.2.3 Las capacidades emprendedoras: superación personal y creatividad

Hansen et al, 2006 en López (2008), especifican un tipo de creatividad denominada descubridora, que para ellos está relacionada con el conocimiento y la experiencia que los emprendedores adquieren a través de la variedad de proyectos que inician y resultan exitosos, que van generando entusiasmo, motivación para emprender nuevos proyectos con éxito y actitud positiva. De igual forma, Flores & Méndez (2010)

creen que la creatividad es una “condición esencialmente humana, presente en todas sus actividades, desde las más simples hasta las más complejas”, por lo que es considerada del diario vivir de las personas y está enlazada con el pensamiento divergente, flexibilidad, originalidad y fluidez.

Seguidamente, cuando se analizan los componentes de superación personal, que es aquella dimensión de la persona en la cual se evidencia como va mejorando en todos los aspectos para cumplir sus objetivos (ver *Tabla 2-5*) y creatividad, es la destreza que tiene el emprendedor de crear cosas tangibles e intangibles susceptibles de generar valor (ver *Tabla 2-6*). En el primero, se encuentran valores medios redondeados a 4, es decir, son favorables, sin embargo, en las dispersiones se muestra que en los ítems “Estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor” y “Pretendo constituir una empresa en los 5 años siguientes a mi graduación”, existen dispersiones muy altas, esto indica que no hay regularidad en la favorabilidad de las respuestas, ya que muchas pudieron optar por la alternativa de “Indiferente”. Pero, en el segundo componente, se muestran comportamientos bastante homogéneos en las respuestas de los individuos, debido a que los valores medios caen en favorabilidad de las respuestas. Sin embargo, un ítem distinto es: “En mi trabajo solamente me pongo metas pequeñas para poder alcanzarlas sin dificultad”, cuyo valor medio es 2.75 (La moda es 2, con lo que se deduce que hay mayoría en desacuerdo), es decir, redondeado a 3 y su dispersión es 1,21, es decir, la mayor de todas. Con esto, es claro que existen encuestados que se inclinaron por la opción de acuerdo o en desacuerdo, constituyéndose en un contraste bastante inestable.

De igual manera, en el mismo componente, es de observar que en ítems como: “Siento antipatía por las decisiones arriesgadas” y “Suelo preferir la opción segura, no me gusta arriesgar”, existen desviaciones de 1.17, esto quiere decir, que hay dudas en relación a los riesgos en la toma de decisiones siendo este un rasgo distintivo de la capacidad emprendedora de una persona.

Tabla 2-5. Descriptivos para ítems de superación personal

	Media	Mediana	Moda	Desv. Típ.
Estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	3,65	4	4	1,05
Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor	3,90	4	4	1,01
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	4,29	4	5	0,84
He pensado muy seriamente sobre la posibilidad de emprender una empresa	4,29	4	5	0,80
Tengo la intención de empezar una empresa algún día	4,32	4	5	0,81
Pretendo constituir una empresa en los 5 años siguientes a mi graduación	3,89	4	4	1,06

Fuente: elaboración propia

Tabla 2-6. Descriptivos para ítems de Creatividad

	Medi a	Media na	Mod a	Desv. Típ.
Suelo tener ideas originales	3,93	4	4	0,88
Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema	3,91	4	4	0,78
Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago	3,92	4	4	0,77
Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas	3,91	4	4	0,85
Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales	4,13	4	4	0,74
Tengo facilidad para generar nuevas ideas	3,87	4	4	0,79
Soy bastante cauteloso cuando hago planes y los llevo a cabo	3,94	4	4	0,83
Siento antipatía por las decisiones arriesgadas	3,20	3	4	1,17
Suelo preferir la opción segura, no me gusta arriesgar	3,24	3	4	1,17
En mi trabajo solamente me pongo metas pequeñas para poder alcanzarlas sin dificultad	2,75	3	2	1,21
Siempre tomo mis decisiones con prudencia y precisión	3,78	4	4	0,89
Suelo pensar en las consecuencias desfavorables de mis actos	3,89	4	4	0,90

Creo que mi futuro depende únicamente de mis propias decisiones	3,96	4	4	1,00
Las calificaciones que obtengo en mis asignaturas dependen únicamente de mí	4,10	4	4	0,89
Si me preparo bien un examen puedo superarlo	4,32	4	5	0,84
Alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro: la suerte poco tiene que ver en ello	4,11	4	4	0,87
La mayoría de infortunios que nos ocurren es por falta de capacidad, pereza o ignorancia	3,85	4	4	1,02
Lo que sucede es como consecuencia de mis propias acciones	4,05	4	4	0,84
Me entiendo fácilmente con las personas por muy diferentes que sean.	4,00	4	4	0,84
Normalmente, la gente se toma en serio lo que digo.	3,96	4	4	0,80
Sé admitir las críticas y procuro aprender de ellas.	3,99	4	4	0,82
Trato de mantener mis propios intereses aunque otras personas tengan intereses distintos.	3,81	4	4	0,88
Cuando intento influir en la decisión de una persona parto en primer lugar de sus necesidades y trato de responder a las mismas en lugar de intentar convencerle de que haga lo que yo digo.	3,79	4	4	0,88
Cuando me urge un conflicto con otra persona trato de negociar para que ambos salgamos ganando.	3,94	4	4	0,81
Disfruto enfrentándome a obstáculos y superarlos con mis ideas	4,03	4	4	0,80
No hay nada más emocionante que ver como mis ideas se convierten en realidad	4,16	4	4	0,89
Destaco identificando oportunidades	3,90	4	4	0,82
Me encanta desafiar a lo tradicional	3,88	4	4	0,88
Puedo detectar una buena oportunidad mucho antes que otros	3,72	4	4	0,89
Si creo en algo, lo llevaré a cabo sin importarme las probabilidades de éxito	3,77	4	4	0,98
Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás	3,90	4	4	0,80
Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.	4,07	4	4	0,79
Suelo tener ideas originales	3,79	4	4	0,87
Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema	3,86	4	4	0,89
Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago	3,85	4	4	0,90

Fuente: elaboración propia

2.2.4 Las capacidades emprendedoras: liderazgo y motivación

El liderazgo Varela (2001) argumenta que el liderazgo se entiende como la capacidad de ser aceptado por los integrantes del equipo de trabajo en el momento de

compartir ideas y tareas, mejorando la comunicación y las buenas relaciones entre ellos, suministrando el proceso de socialización de las ideas generadas del equipo. El liderazgo es un elemento que se contemplan en el perfil emprendedor, por medio de este se promueve el desarrollo de iniciativas emprendedoras en organizaciones establecidas y emergentes, también, una cultura emprendedora que les permita desarrollar ideas creativas respaldadas en la innovación (Van Rensburg, 2013).

Asimismo, siguiendo con los componentes de liderazgo (ver *Tabla 2-7*) y motivación (ver *Tabla 2-8*), se puede evidenciar que en ambos las estadísticas son muy favorables, manejando unos valores medios por encima de 4, al igual que las medianas y las modas. Solamente, existe un ítem, que vale la pena analizarlo que es “Cuando me siento triste, tengo mucha energía”, del componente de motivación, que su valor medio se redondea en 3 y su dispersión es la más grande de ese grupo que es 1,14. Esto, demuestra que existen individuos con muchas dudas al enfrentar situaciones de adversidades.

Tabla 2-7. Descriptivos para ítems de liderazgo

	Medi a	Medi ana	Moda	Desv. Típ.
Estimar la demanda para un nuevo producto o servicio.	3,96	4	4	0,76
Determinar un precio competitivo para un nuevo producto o servicio	3,95	4	4	0,70
Estimar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de mi negocio	3,91	4	4	0,82
Diseñar una campaña de marketing / publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio	3,93	4	4	0,84
Conseguir que otros se identifiquen y crean en mi visión y planes para un nuevo negocio	4,01	4	4	0,69
Crear una Red - es decir , hacer contactos e intercambiar información con otros	3,99	4	4	0,66
Explicar verbalmente / por escrito de forma clara y concisa mi idea de negocio en términos	4,01	4	4	0,77
Supervisar a personas a su cargo	4,09	4	4	0,72

Reclutar y contratar buenos empleados	4,09	4	4	0,71
Delegar tareas y responsabilidades a empleados y compañeros	4,11	4	4	0,71
Responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día	4,12	4	4	0,73
Inspirar, alentar y motivar a mis empleados	4,13	4	4	0,77
Estimar las necesidades de financiación de mi negocio	3,91	4	4	0,80
Captar y administrar los activos financieros de mi negocio	3,97	4	4	0,76
Leer e interpretar los estados financieros	3,92	4	4	0,80
Evaluar los costes que supone mantener mi negocio	3,99	4	4	0,80
Negociar con proveedores, clientes, etc.	4,12	4	4	0,80

Fuente: elaboración propia

Tabla 2-8. Descriptivos para ítems de Motivación

	Media a	Median a	Mod a	Desv. Típ.
Cuando asumo tareas me motivo imaginando excelentes resultados	4,27	4	4	0,78
Siento que controlo mis emociones	4,03	4	4	0,81
Tengo muy claros mis sentimientos	4,14	4	4	0,73
Cuando me siento triste, tengo mucha energía	3,35	3	4	1,14
Soy consciente de por qué cambio mis emociones	3,94	4	4	0,89

Fuente: elaboración propia

2.2.5 Las capacidades emprendedoras: responsabilidad social y familia

Según Cortina (2003), proyecta una ética solidaria, donde el individuo reconoce el impacto que han tenido sus acciones en el deterioro del planeta y la sociedad, de igual manera se proyecta como un representante en la construcción de alternativas de solución, lo que involucra que la responsabilidad solidaria se plantee como una respuesta a los actuales problemas que enfrenta la humanidad. Por consiguiente, se entiende el emprendimiento como una habilidad soportada en la responsabilidad solidaria, que busca un aporte al desarrollo de las sociedades con el fin de atender necesidades socioeconómicas de una región o país.

Seguido a lo anterior, se analizan los componentes de responsabilidad social (ver *Tabla 2-9*) y familia (ver *Tabla 2-10*). En este último, las estadísticas son bastante parecidas en todos los ítems y de carácter favorables en la parte técnica de cada uno. Sin embargo, en el componente de responsabilidad social hay emergentes conductuales de tipo profesional en aspectos como: “La principal preocupación para una empresa es la obtención de beneficios, aunque ello implique infringir la ley”, “Si la supervivencia de una empresa está en juego, hay que olvidarse de la ética y la responsabilidad social”, “La eficiencia es más importante para las empresas que su reputación ética” y “Que una mentira sea considerada como moral o inmoral dependerá de las circunstancias”, todos los anteriores, con valores medios redondeados a 3 y las dispersiones más altas del grupo.

Tabla 2-9. Descriptivos para ítems de Responsabilidad Social.

	Media	Mediana	Moda	Desv. Típ.
La ética y la responsabilidad social de una empresa son fundamentales para su sostenibilidad en el largo plazo	4,07	4	4	1,00
La responsabilidad social de una empresa y su rentabilidad económica pueden ser compatibles	3,99	4	4	0,83
Una buena ética puede ser un buen negocio	4,06	4	4	0,88
Las empresas tienen una responsabilidad que va más allá de la obtención de beneficios económicos	4,00	4	4	0,90
La principal preocupación para una empresa es la obtención de beneficios, aunque ello implique infringir la ley	3,11	3	4	1,43
El principal objetivo de una empresa es satisfacer las expectativas de sus accionistas y propietarios	3,41	4	4	1,15
Si la supervivencia de una empresa está en juego, hay que olvidarse de la ética y la responsabilidad social.	2,81	3	4	1,41
La eficiencia es más importante para las empresas que su reputación ética.	3,01	3	4	1,30
Favorecer situaciones de riesgo hacia los demás es una actitud intolerable, independientemente de que ese riesgo resulte insignificante	3,47	4	4	1,16
La existencia de un daño hacia los demás, es una actitud errónea, independientemente de los beneficios obtenidos	3,69	4	4	1,16

Nunca se debe infringir daño físico o psicológico a los demás	4,10	4	4	0,97
No se deben adoptar comportamientos que podrían resultar de algún modo una amenaza para la dignidad y el bienestar de otro individuo	4,10	4	4	0,92
Lo que es ético varía de una situación y de una sociedad a otra	3,59	4	4	1,10
Lo que una persona considera como moral, puede ser considerado inmoral por otra	3,78	4	4	1,07
Los principios morales son personales, pues indican cómo debería comportarse un individuo y no pueden ser aplicados a la hora de emitir juicios sobre los demás	3,82	4	4	1,01
Que una mentira sea considerada como moral o inmoral dependerá de las circunstancias	3,22	4	4	1,28

Fuente: elaboración propia

Tabla 2-10. Descriptivos para ítems de Familia

	Medi a	Medi ana	Mod a	Desv . Típ.
Mis familiares más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor	3,78	4	4	0,99
Mis amigos más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor	3,74	4	4	0,96
La gente que es importante para mí piensa que debería luchar por ser un emprendedor	3,92	4	4	0,92
¿En qué medida te importa lo que los miembros cercanos de tu familia piensen sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?	5,31	6	7	1,83
¿En qué medida te importa lo que tus amigos más cercanos piensen sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?	4,64	5	5	1,87
¿En qué medida te importa lo que la gente importante para ti piense sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?	4,91	5	7	1,87

Fuente: elaboración propia

3 Análisis de resultados: Principales factores en la creación de nuevos negocios en estudiantes de administración de empresas en la Universidad de la Costa.

En esta sección, se muestra cuáles son las variables que más influyen en el evento asociado a la creación de nuevos negocios. Aquí, lo que se busca es entre el espacio de variables que se tiene, de forma estadística, observar cuales de ellas es la que ejerce una mejor influencia en el hecho de que una persona pueda emprender un nuevo negocio. Esto, es vital debido a que se tienen muchas premisas como el dinero o el apoyo técnico, que no permiten muchas veces que los emprendimientos logren su aceleración y llegada al sistema económico, sin embargo, en esta sección con el modelo al cual se llega se exponen otros factores que para la población estudiada son importantes y es pertinente analizar.

En adición a lo anterior, conocer cuáles son los factores que más impactan en nuevos negocios, genera unas acciones en varios sentidos. Por ejemplo: se pueden tomar acciones desde el punto de vista de los perfiles ocupacionales del programa de administración de empresa, del currículo con miras a garantizar las competencias que lleven a ese individuo a tener un valor agregado en el mercado o en su defecto, potencializar esas capacidades con miras a generación de riqueza.

Para evidenciar cuáles son los factores o componentes que son más importantes en la creación de nuevos negocios, se aplica un modelo de regresión logística binaria. Estos modelos, son adecuados para situaciones en donde se quiere explicar la probabilidad de ocurrencia de un evento de interés por medio de los valores de ciertas

variables explicativas, con la complejidad de poder optar por una mezcla de tipo numérica (continua o discreta) o categóricas. Asimismo, estos se encuentran dentro de lo que hoy se conocen como los modelos lineales generalizados y este en particular, parte de una variable dependiente binomial y función de enlace Logit. En la *Tabla 3-1*, se puede ver unas comparaciones que se realizan entre los modelos lineal, logístico y el Análisis de varianza.

Tabla 3-1. Comparación entre modelo logístico, lineal y ANOVA

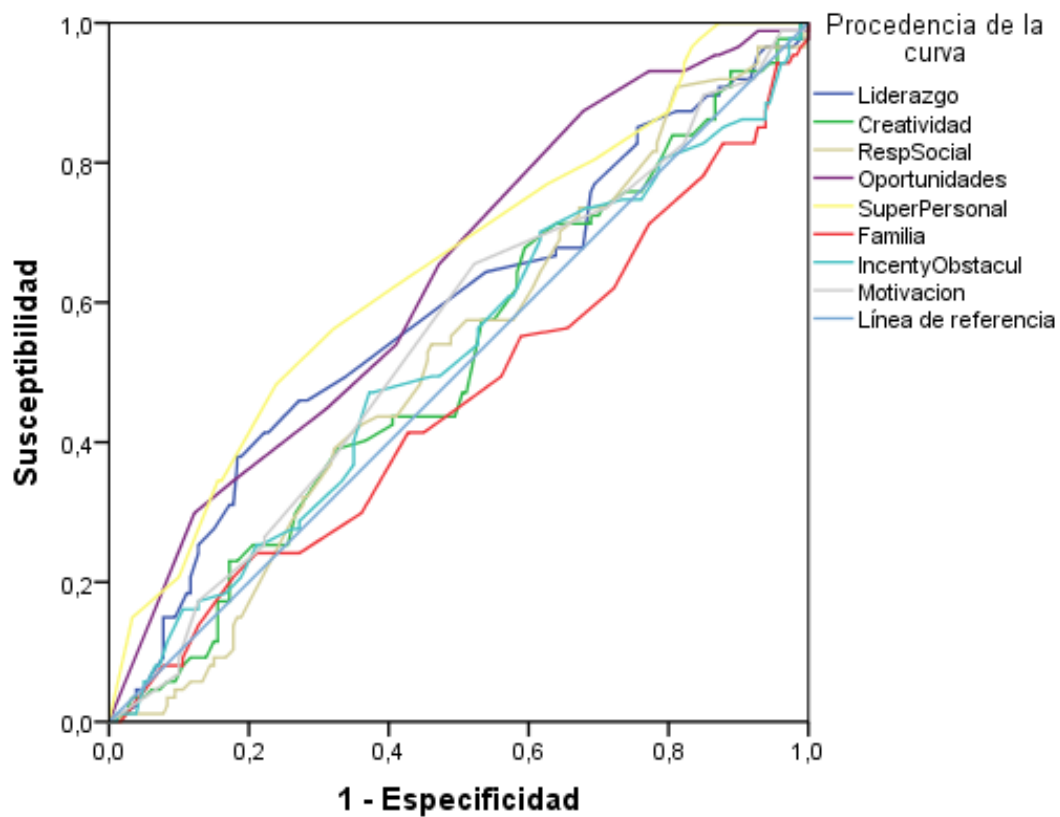
Fuente: Llinás (2014)

		Linear	Logistic	ANOVA
1.	Y	Numeric	Categorical (Binary)	Numeric
2.	X	Numeric	Categorical or Numeric	Categorical with levels
3.	Explain:	$E(Y \bullet)$	$P(Y = 1 \bullet) = E(Y = 1 \bullet)$	$E(Y)$
4.	Estimating method	Least squares (LS)	Maximum likelihood (ML)	Least squares (LS)
5.	Testing hypotheses	No asymptotic	Asintotic	No asymptotic
6.	Statistics	Dist F	Dist χ^2	Dist F

En el presente estudio, en el modelo de regresión se tiene que la variable dependiente es: “¿Está involucrado en la creación de una empresa?” y las independientes son Liderazgo, Creatividad, Responsabilidad Social, Oportunidades, Superación personal, Familia, Incentivos y obstáculos, y Motivación. Para esto, inicialmente se pasa por un procedimiento de verificación de la variable de salida dicotómica que se tiene en este caso, si discrimina correctamente en función de las variables independientes esbozadas en líneas anteriores. A este se le conoce como la Curva COR (ver *Fig. 3-1*).

Fig. 3-1. Curva COR

Fuente: elaboración propia



Al observar la figura anterior, se puede evidenciar que en su mayoría, las áreas bajo la curva de cada variable están por encima de las diagonales o del valor de referencia en la hipótesis nula que es 0,5. De igual forma, en la *Tabla 3-2*, se pueden observar que todas las áreas bajo la diagonal exceden a 0,5, con sus errores e intervalos de confianza con un 5% de error.

Tabla 3-2. Resumen estadístico de la curva COR

Variables resultado de contraste	Error Área típ.	P-valor	Intervalo de confianza asintótico al 95%	
			Límite inferior	Límite superior
Liderazgo	,586 ,038	,023	,511	,661
Creatividad	,516 ,038	,666	,443	,590

Responsabilidad Social	,520	,037	,593	,448	,592
Oportunidades	,636	,036	,000	,567	,706
Superación Personal	,649	,036	,000	,578	,720
Familia	,459	,039	,276	,383	,535
Incentivos y Obstáculos	,520	,038	,595	,445	,595
Motivación	,546	,038	,222	,473	,620

Fuente elaboración propia

Entonces, es en las estadísticas iniciales del modelo, se observa que este predice correctamente en un 74,7% (ver *Tabla 3-3*) de las veces y que el modelo es bueno debido a que la prueba ómnibus sobre los coeficientes del modelo arroja un estadístico Chi-cuadrado=37.35, con 4 grados de libertad que genera un P-valor=0,000 (ver *Tabla 3-4*), es decir menor al nivel de significancia lo cual hace que el modelo sea significativo.

Tabla 3-3. Estadísticas de clasificación

Observado		Pronosticado			
		¿Estás en estos momentos involucrado en la creación de una empresa?		Porcentaje correcto	
		Si	No		
Paso 1	¿Estás en estos momentos involucrado en la creación de una empresa?	Si	33	54	37,9
		No	14	168	92,3
Porcentaje global					74,7

Fuente: elaboración propia

Tabla 3-4. Prueba para los coeficientes del modelo

		Chi cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Paso	37,436	4	,000
	Bloque	37,436	4	,000

Modelo	37,436	4	,000
--------	--------	---	------

Fuente: elaboración propia

De igual forma el modelo se ejecutó bajo la metodología de introducir, es decir por pasos de forma manualmente tomando como referencia el modelo que generara el mejor ajuste y las características teóricas requeridas. En la *Tabla 3-5*, se muestra el modelo de regresión ajustado. En este modelo solamente queda el liderazgo, superación personal, familia, sexo y la creatividad. Todas las variables que quedan dentro del mismo son significativas ($P\text{-Valor} < 0,05$), excepto la creatividad, pero se le valora desde la perspectiva teórica. Así mismo, la razón ODDS, muestra que los factores que más impactan en la creación de nuevos negocios en el presente estudio son la familia y la creatividad, debido a que tienen las razones más altas. A partir de aquí, se puede observar que en trabajos como Cortina (2003), y Díaz (2011), coinciden que lo que más impacta a la intención emprendedora es la toma de decisiones, sin embargo, este análisis está dándole importancia es al Liderazgo.

Tabla 3-5. Modelo de regresión logística

	Estimado	E.T.	Estadístico de Wald	Grados de libertad	P-Valor	Razón ODDS	I.C. 95% para EXP(B)	
							Inferior	Superior
Liderazgo	-,873	,440	3,942	1	,047	,418	,176	,989
Superación Personal	-1,301	,284	20,948	1	,000	,272	,156	,475
Familia	,366	,140	6,792	1	,009	1,441	1,095	1,898
Sexo	-,758	,292	6,757	1	,009	,468	,264	,830
Creatividad	,798	,489	2,657	1	,103	2,220	,851	5,793
Constante	5,353	1,648	10,548	1	,001	211,240		

Fuente: elaboración propia

El ajuste del presente modelo, se evalúa con la prueba de Hosmer & Lemeshow. Esta genera un estadístico Chi-Cuadrado=11,67 con 8 grados de libertad, para un P-Valor=0,167 (ver *Tabla 3-6*). Es decir que no se puede rechazar la hipótesis nula de que el modelo se ajusta bien a los datos.

Tabla 3-6. Prueba de ajuste de modelo de Hosmer & Lemeshow

Paso	Chi cuadrado	gl	Sig.
1	11,665	8	0,167

Fuente: elaboración propia

4 Análisis de resultados: Relaciones existentes entre las capacidades emprendedoras en estudiantes de administración de empresas en la Universidad de la Costa.

Al analizar las relaciones entre las dimensiones de la capacidad emprendedora, se usaron las correlaciones. Una correlación entre dos variables se refiere al grado de parecido o variación conjunta existente entre las mismas. Estudia un tipo particular de relación lineal y se limita a considerar únicamente el caso de dos variables cuantitativas. Una relación lineal positiva entre dos variables significa que los valores de las dos variables varían de forma parecida. Una relación lineal negativa significa que los valores de ambas variables varían justamente el revés. Para este caso, se usó el coeficiente de correlación de Pearson, que es una medida de la asociación lineal entre dos variables, los valores del coeficiente de correlación van de -1 a 1 y el signo del coeficiente indica la dirección de la relación y su valor absoluto indica la fuerza. Los valores mayores indican que la relación es más estrecha. Cabe resaltar que las correlaciones por encima de 0,5 y por debajo de -0,5, son en términos descriptivos las más fuertes.

De igual forma, a cada coeficiente de correlación, es necesario contrastar la hipótesis nula de que el valor poblacional del coeficiente es cero. Para este caso, se aplicó de forma Bilateral que es probabilidad de obtener resultados tan extremos como el obtenido, y en cualquier dirección, cuando la hipótesis nula es cierta. Un nivel de significación bilateral (de dos colas) contrasta una hipótesis nula en la que la dirección del efecto no se especifica de antemano.

Para el presente estudio, la mayoría de coeficientes de correlación evidencian relaciones son significativas. Pero, en términos descriptivos, solamente existen relaciones fuertes entre los componentes liderazgo, creatividad y motivación, y a su vez, entre oportunidades y superación personal. Cabe resaltar que todos los coeficientes de correlación son positivos y que la única no significativa es entre incentivos y obstáculos, y liderazgo (ver *Tabla 4-1*).

Tabla 4-1. Correlaciones entre las variables

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Liderazgo (1)	1							
Creatividad (2)	,630**	1						
Responsabilidad Social (3)	,242**	,356**	1					
Oportunidades (4)	,212**	,156**	,106	1				
Superación Personal (5)	,289**	,345**	,130*	,599**	1			
Familia (6)	,242**	,279**	,258**	,271**	,270**	1		
Incentivos y Obstáculos (7)	,109	,228**	,176**	,185**	,201**	,368**	1	
Motivación (8)	,487**	,455**	,368**	,256**	,307**	,295**	,155**	1

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

En resumen, de la

Tabla 2-7, el liderazgo se encuentra relacionado solamente con la creatividad y la motivación, y la superación personal con las oportunidades.

5 Conclusiones

En razón de los resultados, con relación al diagnóstico de las capacidades emprendedoras se puede afirmar que los estudiantes universitarios, poseen fortalezas en las dimensiones de oportunidades, superación personal, creatividad, liderazgo, motivación y familia. Y, se tienen algunas deficiencias en Incentivos y Obstáculos, y responsabilidad social. Esto como resultado del análisis estadístico descriptivo realizado en la sección **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..** De igual forma, es claro que, en su mayoría, los estudiantes si bien han realizado cursos de emprendimiento, no están involucrados en la creación de una empresa, pocos son los padres que son empresarios y la mayor parte de los individuos tienen como referente profesional a sus padres. Es decir, es muy probable que como en el núcleo familiar el estudiante ve en mayor razón al padre como su referente profesional, y en su mayoría ninguno de estos son empresarios, no mire el emprendimiento como una forma de vida y se decida ser empleado. Sin embargo, existen fortalezas en el componente de la familia ante una evidente capacidad emprendedora.

Ahora, si se observan los principales factores que afectan la generación de nuevos negocios, se puede evidenciar que el impacto (Razón ODDS), de Familia y la creatividad. En el caso del componente de familia, se tienen un impacto de 1.441, es decir que a medida que el apoyo familiar sube la probabilidad de que el individuo cree nuevos negocios. Esto, también ocurre en el componente de Creatividad donde el evento de que la puntuación de esta suba, aumenta 2 veces aproximadamente la probabilidad de que genere nuevos negocios. Aquí es interesante analizar que en modelos de emprendimiento como el GEM y en las características del perfil emprendedor la

creatividad, liderazgo y la superación personal son transversales en todos los autores consultados en la sección 1.7.2, pero el componente de familia, se constituye en un eje de soporte que dentro de los autores es muy poco frecuente encontrar y en esta muestra estudiada genera un riesgo relativo importante y como variable dentro del modelo es estadísticamente significativa. De igual forma, en el mejor modelo, también, influye en la variable dependiente el sexo, es decir, aquí se puede afirmar que el emprendimiento en la unidad de análisis estudiada es sensible al género.

Lo anterior, es un aporte significativo a modelos de emprendimiento como el de Rusque A (2005), Viera et al (2008), Gómez & Satizabal (2011), Cantillo et al (2013), y otros más clásicos como el GEM (2009), Gartner (1989), Gaglio & Taub (2001); Kirzner (1979); Hills et al (1999); Amabile (1997); Lumpkin & Lichtenstein (2005), donde la familia no es un componente relevante dentro del perfil emprendedor, sino, como un ítem de soporte en el perfil emprendedor, es decir, que visto como una variable adicional a la intención emprendedores es significativa en el contexto estudiado. Con esto, queda claro, que el perfil emprendedor es variante en cada marco geográfico y en la mayoría de veces guarda ciertas relaciones con los estándares internacionales.

Y, por último, se tienen un grupo de dimensiones en función de las cuales están las capacidades emprendedoras que están íntimamente relacionadas entre sí debido y que la mayoría de correlaciones son significativas a un 5% de significancia. Esto, da a entender que las preguntas miden en su conjunto el constructo deseado y que las dimensiones presentan una asociación lineal consistente en que algún movimiento en una de ellas causará algún efecto en la otra. Sin embargo, existen tres grupos de

variables que muestran en términos descriptivos una relación más fuerte que son: la motivación con el liderazgo y la creatividad, la superación personal con las oportunidades y el liderazgo con la creatividad. A todas estas, quedan con relaciones bajas aspectos como los incentivos y obstáculos y la responsabilidad social, que en la sección 2.2, fueron emergentes.

Bibliografía

- AMABILE, M. (1997). Entrepreneurial creativity through motivational synergy. *Journal of Creative Behavior*, 31 (1), 18-26.
- ÁLVAREZ, C., & URBANO, D. (2011). Una década de investigación basada en el GEM: Logros y Retos. *Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 16- 37.
- ARENIUS, P., & MINNITI, M. (2005). Perceptual variable and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics* 24, 233–247.
- ARROYO, F. (2004). *Adquisición de actitudes de responsabilidad social a través de un programa de voluntariado. Tesis doctoral publicada. Valencia, España: Universidad de Valencia*
- BILBAO, A., & PACHANO, S. (2002). *Rasgos y Actitudes de los Emprendedores. Venezuela: Corporación Andina de Fomento – CAF - Venezuela Competitiva.*
- BOHOME, M. (2009). La racionalidad en la toma de decisiones: Análisis de la Teoría de la decisión de Herbert A. Simon. *Netbiblo*, 1-304.
- CALDERÓN H, G., ÁLVAREZ G, C. M., NARANJO V, J. C., GÓMEZ N, L., RESTREPO, J. G., & NEGRETTE, I. (2012). *Reporte GEM Colombia Manizales 2011-2012*. Manizales: Ediciones Uninorte.
- CAMACHO, D. (2007). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. *Apuntes del Centro de Estudios Económicos –CENES*. UPTC 27(43), p.10-11.
- CANTILLO, E. PIÑA, O. GÓMEZ, A. VOLPE, I. (2013). El efecto de la formación en emprendimiento sobre la construcción de una mentalidad emprendedora en estudiantes de Ingeniería industrial en una Universidad de la ciudad de Barranquilla. *Revista Sotavento*. 21. pp. Disponible en: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/3436/3971>
- CASTAÑO, J. C., LANZAS, A. M., & LÓPEZ, M. E. (2007). Estrategia organizacional orientada al logro de resultados desde el trabajo en equipo. *Scientia Et Technica* , XIII (35), 369-373.

- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA (2006). Ley 1014. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2006/ley_1014_2006.html
- CORTINA, A. (2003). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Editorial Trotta.
- CUERVO, A., RIBEIRO, D., & ROIG, S. (2006). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. Madrid: Fundación Bancaja.
- DAZA, M. C., MOSQUERA, C. E., & ARIAS, A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Revista Economía, Gestión y Desarrollo* (10), 61-77.
- DELGADO PIÑA, M I; GÓMEZ MARTÍNEZ, L; VÁZQUEZ INCHAUSTI, E; ROMERO MARTÍNEZ, A M; (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuadernos de Gestión*, 8() 11-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320547001>
- DÍAZ, B. (2011). El arte de tomar decisiones con contenidos éticos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16 (54), 323-325.
- DRUCKER, P. (1974). *Management, Tasks, Responsibilities, Practices*. New York: Harper and Row.
- DRUCKER, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador*. Cali: Ed. Norma
- DUARTE, T; RUIZ TIBANA, M; (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, XV() 326-331. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>.
- EL TIEMPO. (2014). Los obstáculos y ventajas del país a emprender. *El tiempo*.
- ESTRADA, S. (2006). Modelo de Liderazgo en Organizaciones Cambiantes. *Scientia Et Technica* , 295-300.
- FANDIÑO, L., & BOLÍVAR, M. (2009). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito*

de sus empresas creadas a partir de los talleres d. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf>

- FINLEY, L. (1990). *Entrepreneurial Strategies*. USA: PWS-Kent Publishing
- FLORES, A., & MÉNDEZ. (2010). La creatividad en la formación de individuos emprendedores desde el ámbito universitario. *Revista Educare*, 14 (1), 71-92.
- FORMICHELLA, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: Ed. Rivadavia.
- GARAZI A, M. (2011). *Ezagutzen, Ekintzaileak. La intención emprendedora en estudiantes universitarios El caso de la Universidad de Deusto*. Universidad de Deusto.
- GARTNER, W. (1989). Who Is an Entrepreneur Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47-68.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor: reporte anual Colombia 2008*. Bogotá: Ediciones Uniandes.
- GÓMEZ N, L., MARTÍNEZ C, P., FIGUEROA, C. A., PEREIRA, F., QUIROGA, R. F., VESGA, R. A., Y OTROS. (2010). *Reporte GEM Colombia 2010*. Bogotá: Editorial Universidad del Norte.
- GÓMEZ, M., SATIZABAL, K. (2011). Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. *Revista de economía, gestión y desarrollo* .11, pp 121-151. Disponible en http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_11/SATIZABAL.pdf
- GONZÁLEZ, D. (2015). Colombia, cuarta en emprendimiento. *Diario el Espectador*. Obtenido de <http://www.elespectador.com/noticias/economia/colombia-cuarta-emprendimiento-articulo-574401>
- HAPPER, S. (1991). *The McGraw-Hill guide to starting your own business*. USA: Ed. McGraw-Hill
- HATTEN, T. (1997). *Small Business (Entrepreneurship and beyond)*. USA: Ed. Prentice Hall.

- HEBERT, R.F. & LINK, A.N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship, *Small. Business Economics*, 1(1). pp 39-49.
- HELLRIEGER, D., JACKSON, S., & SLOCUM, J. W. (2002). *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. (9ª Edición ed.). Thomson Editores.
- HUAYLUPO A, J. (2007). El liderazgo: un poder relativo. *Revista de Ciencias Sociales* (Cr), I, 103-124.
- KANTIS, H., ANGELELLI, P., & MOORI. (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.
- KIRBY, D.A. (2003). *Entrepreneurship*. McGraw Hill.
- KONNTZ, H., & WEIHRICH, H. (1998). *Administración Una Perspectiva Global*. (11ª Edición ed.). México D.F: Mc Graw Hill.
- KURATKO, D; HODGETS, R. (2004). *Entrepreneurship Theory Process, Practice* . Southwestern Publisher
- LLINÁS, H. (2012). Estadística inferencial. Ediciones Uninorte: Barranquilla.
- LÓPEZ, P. (2008). *Influencia del comportamiento emprendedor de los mandos medios en el fomento del Corporate Entrepreneurship*. Tesis de doctorado publicado. Barcelona, España: Universidad Ramón Llull.
- MALAVÉ, J., & PIÑANGO, R. (2012). Líderes, gerentes y emprendedores: un estudio empírico de actitudes y significados. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17 (60), 676-694.
- MARULANDA M, J. A., CORREA C, G., & MEJÍA M, L. F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 66, 153-168.
- MINISTERIO DE COMERCIO, FOMENTO Y TURISMO. (2012). Emprendimiento en Chile: Una Comparación Internacional. *Análisis a partir de los datos publicados por el ranking Doing Business del Banco Mundial*. Santiago. Disponible en: http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/11/Boletin_Emprendimiento_Doing_Business.pdf

- MOHD, S. M., & BASIR, M. S. (2009). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4 (4), 129-135.
- MORIANO, J. A., PALACÍ, F. J., & MORALES, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista De Psicología Del Trabajo y De Las Organizaciones*, 22 (1), 75-100.
- MORRIS, C., & MAISTO, A. (2005). *Introducción a la Psicología*. México: Pearson Prentice Hall.
- MUNDO ALMA. (2014) ¿Cuál es el perfil del emprendedor de clase media en Latinoamérica? – edición 08. <http://www.mundoalma.com/cual-es-el-perfil-del-emprendedor-de-clase-media-en-latinoamerica/#sthash.zCzwI0ZT.dpuf>.
- NORUZI, M. R., WESTOVER, J. H., & RAHIMI, G. R. (2010). An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era. *Asian Social Science*. 6 (6), pp 3-10.
- NUNEZ, M; SALGADO, P; MADRIGAL, B. (2014). AUTOESTIMA Y HABILIDADES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA - MÉXICO. *Revista Comuni@cción*. 5(2), pp. 13-24. Disponible en: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000200002&lng=es&nrm=iso
- ORDEÑANA, X. & ARTEAGA, E. (2012). *Middle-Class Entrepreneurship and the Effect of Social Capital*. Inter-American Development Bank, (318), 1-28.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS. (2005). *Manual de Oslo*. Grupo Tragsa
- ORREGO, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revistas Ciencias Estratégicas*, 16 (20), 225-235.
- PADRÓN, G. A., & SÁNCHEZ DE G, M. (2010). Efecto de la motivación al logro y la inteligencia emocional en el Crecimiento Psicológico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15 (49), 141-157.

- PALICH, L., & BAGBY, D. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10, 425-438
- PALOMO, M. T. (2007). *Liderazgo y Motivación de Equipos de Trabajo*. (4ª Edición ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- PEREIRA, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del Conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20 (34), pp 11 - 37.
- PETIT, E. E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales XIII* (3), 495-506.
- PLAZA, D, CASTILLO, M; CABANA, R; CORTÉS, I; ALVAREZ, A; (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8() 65-75. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84725699007>
- PORTAFOLIO. (2013). Colombia, líder en emprendimiento. *Portafolio*.
- PORTAFOLIO. (2016). Emprendimiento colombiano en cifras. *Diario el Portafolio*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/innovacion/emprendimiento-colombiano-cifras-155078>.
- PUGA V, J., & MARTÍNEZ C, L. (2008). Competencias directivas en escenarios globales. *Estudios Gerenciales*, 87-103.
- REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. (2000). *Real Academia de la lengua*. Obtenido de <http://www.rae.es/>
- RODRÍGUEZ, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión* (26), 94-119.
- RODRÍGUEZ, C., JIMÉNEZ, M., (2005) Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura, *Revista INNOVAR*, 15(26). pp 1-17

- RUIZ, S; SORIA, K; ZÚÑIGA, S; (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 9(0) 25-34. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=373544194004>
- RUIZ, J; CABEZA, D; BRIAÑO, G., (2012). Universidad y emprendimiento: un caso de estudio en la facultad de ciencias económicas y empresariales de la UGR. *Revista electrónica de investigación Docencia Creativa*. 1(0) pp. 144-157. Recuperado de <http://www.ugr.es/~miguelgr/ReiDoCrea-Vol.1-Art.20-Ruiz-Cabeza-Briano.pdf>
- RUSQUE, A (2005). Capacidad emprendedora y capital social. *Análisis de Coyuntura*. 11(2), pp. 189-202 . Disponible en http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-36172005000200011&lng=es&nrm=iso
- SÁNCHEZ, J. C. (2011). Entrepreneurship: Introduction. *Psicothema* , 23 (3), 424- 426.
- SAY, J. (1827). *Treatise of Political Economy*. Nueva York: Kelley.
- SHUMPETER, J. (1950). *Can Capitalism Survive?*. New York: Harper and Row.
- SHUMPETER, J. (1930). Mitchell's business cycle. *Quarterly Journal of Economic*. 45 (1), 72-150.
- TOCA, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*. 26(117). Pp 41-58.
- TORRES VALLADARES, M., & TORRES LAJO, M. (2013). Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de una universidad privada en Lima. *Revista IIPSI*, 45-59.
- VALENCIA, A; AWAD, G; RÍOS, D; CADAVID, L; (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(0) 132-148. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29021992008>
- VAN RENSBURG, D. J. (2013). Is Strategic Entrepreneurship a Pleonasm? *Journal of Management and Strategy*, 4 (1), 15-27.
- VARELA, R. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios gerenciales* Disponible en

https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/viewFile/198/196

VARELA, R. (2001). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, D. C: Prentice Hall.

VENKATARAMAN, S. (2003). *Entrepreneurship: Creating something new and of during value with very limited resources*. 4a. Ed. New York: John Wiley.

VESGA, R. (2012). *Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?* Obtenido de Universidad del llano: <http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

U.S. BUREAU OF LABOR STATISTICS. (2016). Business Employment Dynamics. Disponible en: <http://www.bls.gov/bdm/entrepreneurship/entrepreneurship.htm>

VIERA, A. PÉREZ, A. PAREDES, MARÍA. (2008). La Pedagogía Crítica y las competencias de emprendedurismo en estudiantes universitarios. Revista científica Pensamiento y Gestión, 24, pp, Disponible en <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3478/492>
1

ZULUAGA, J. C. (2010). [www.economia.unam](http://www.economia.unam.mx/cladhe/registro/ponencias/340_abstract.pdf). Recuperado el 20 de Marzo de 2012, de http://www.economia.unam.mx/cladhe/registro/ponencias/340_abstract.pdf

Anexos

Anexo 1: Cuestionario de capacidades emprendedoras en estudiantes universitarios

Bloque A

A1. Edad ____ A2. Sexo: M ____ F ____ A3. ¿Ha realizado un curso relacionado con el emprendimiento? Sí ____ No ____

A4. ¿Ha sido o es alguno de tus padres empresario (autónomo)? Sí ____ No ____

A5. ¿A qué persona de tu entorno consideras como tu referente profesional? (Escoge uno)

Padre ____ Madre ____ Hermano ____ Otro Familiar ____ Amigo ____ Profesor ____ Otro:

A6 ¿Estás en estos momentos involucrado en la creación de una empresa? Sí ____ No ____

A7 Años de experiencia laboral _____ años (por favor, escribe 0 si no tienes experiencia)

Bloque B

Por favor, indique en qué medida le supone un incentivo cada una de estas afirmaciones para escoger una carrera emprendedora.

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
B1	Los emprendedores tienen una imagen positiva en la sociedad					
B2	Existe apoyo y servicio cualificado para los emprendedores					
B3	La atmósfera creativa de mi universidad inspira para desarrollar nuevas ideas de negocio					
B4	Siendo emprendedor puedo ayudar a otras personas					
B5	Un emprendedor obtiene ingresos elevados					
B6	Siendo emprendedor podré auto – realizarme					

Por favor, indique en qué medida le supone un obstáculo cada una de estas afirmaciones para escoger una carrera emprendedora.

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
B7	Los emprendedores obtienen ingresos irregulares					
B8	Existen demasiados trámites burocráticos					
B9	Actualmente no conozco ningún sector de actividad donde podría desarrollarme					
B10	Los emprendedores trabajan demasiadas horas					
B11	No tengo la formación empresarial suficiente					
B12	No se me ocurren buenas ideas					
B13	Existen demasiadas cargas fiscales					
B14	Ser emprendedor es una gran responsabilidad					
B15	Existen dificultades para conseguir financiación					
B16	Los emprendedores obtienen ingresos irregulares					

Bloque C

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones.

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
C1	Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí					
C2	Una carrera como emprendedor es atractiva para mí					
C3	Si tuviera las oportunidades y los recursos, me encantaría crear una empresa					
C4	Ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mí					
C5	Entre las distintas opciones, preferiría ser un emprendedor					

Bloque D

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
D1	Estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor					
D2	Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor					
D3	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro					
D4	He pensado muy seriamente sobre la posibilidad de emprender una empresa					
D5	Tengo la intención de empezar una empresa algún día					
D6	Pretendo constituir una empresa en los 5 años siguientes a mi graduación					

D7. Si pudieras elegir entre el autoempleo o ser propietario-gestor de un negocio (trabajar en tu propia empresa) y ser un asalariado, ¿cuál elegirías?

1 2 3 4 5 6 7

Preferiría ser un asalariado en alguna empresa

Preferiría el autoempleo o propietario-gestor

D8. ¿Cuál es la probabilidad de que en 5 años, desde ahora, estés gestionando tu propia empresa? _____%

Bloque E

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
E1	Suelo tener ideas originales					
E2	Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema					

E3	Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago					
E4	Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas					
E5	Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales					
E6	Tengo facilidad para generar nuevas ideas					
E7	Soy bastante cauteloso cuando hago planes y los llevo a cabo					
E8	Siento antipatía por las decisiones arriesgadas					
E9	Suelo preferir la opción segura, no me gusta arriesgar					
E10	En mi trabajo solamente me pongo metas pequeñas para poder alcanzarlas sin dificultad					
E11	Siempre tomo mis decisiones con prudencia y precisión					
E12	Suelo pensar en las consecuencias desfavorables de mis actos					
E13	Creo que mi futuro depende únicamente de mis propias decisiones					
E14	Las calificaciones que obtengo en mis asignaturas dependen únicamente de mí					
E15	Si me preparo bien un examen puedo superarlo					
E16	Alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro: la suerte poco tiene que ver en ello					
E17	La mayoría de infortunios que nos ocurren es por falta de capacidad, pereza o ignorancia					
E18	Lo que sucede es como consecuencia de mis propias acciones					
E19	Me entiendo fácilmente con las personas por muy diferentes que sean.					
E20	Normalmente, la gente se toma en serio lo que digo.					
E21	Sé admitir las críticas y procuro aprender de ellas.					
E22	Trato de mantener mis propios intereses aunque otras personas tengan intereses distintos.					
E23	Cuando intento influir en la decisión de una persona parto en primer lugar de sus necesidades y trato de responder a las mismas en lugar de intentar convencerle de que haga lo que yo digo.					
E24	Cuando me urge un conflicto con otra persona trato de negociar para que ambos salgamos ganando.					
E25	Disfruto enfrentándome a obstáculos y superarlos con mis ideas					
E26	No hay nada más emocionante que ver como mis ideas se convierten en realidad					
E27	Destaco identificando oportunidades					
E28	Me encanta desafiar a lo tradicional					
E29	Puedo detectar una buena oportunidad mucho antes que otros					
E30	Si creo en algo, lo llevaré a cabo sin importarme las probabilidades de éxito					
E31	Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás					
E32	Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.					
E33	Suelo tener ideas originales					

E34	Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema					
E35	Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago					

Bloque F

Por favor, indique el grado de confianza que tiene usted en sus capacidades para desarrollar las siguientes acciones:

		Totalmente Incapaz	Incapaz	Indiferente	Capaz	Totalmente Capaz
		1	2	3	4	5
¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?						
F1	Estimar la demanda para un nuevo producto o servicio.					
F2	Determinar un precio competitivo para un nuevo producto o servicio					
F3	Estimar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de mi negocio					
F4	Diseñar una campaña de marketing / publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio					

¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?

F5	Conseguir que otros se identifiquen y crean en mi visión y planes para un nuevo negocio					
F6	Crear una Red - es decir , hacer contactos e intercambiar información con otros					
F7	Explicar verbalmente / por escrito de forma clara y concisa mi idea de negocio en términos					

¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?

F8	Supervisar a personas a su cargo					
F9	Reclutar y contratar buenos empleados					
F10	Delegar tareas y responsabilidades a empleados y compañeros					
F11	Responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día					
F12	Inspirar, alentar y motivar a mis empleados					

¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?

F13	Estimar las necesidades de financiación de mi negocio					
F14	Captar y administrar los activos financieros de mi negocio					
F15	Leer e interpretar los estados financieros					
F16	Evaluar los costes que supone mantener mi negocio					
F17	Negociar con proveedores, clientes, etc.					

Bloque G

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
G1	Cuando asumo tareas me motiva imaginando excelentes resultados					
G2	Siento que controlo mis emociones					
G3	Tengo muy claros mis sentimientos					
G4	Cuando me siento triste, tengo mucha energía					

G5	Soy consciente de por qué cambio mis emociones					
----	--	--	--	--	--	--

Bloque H

H1. ¿Qué cree que es la Responsabilidad Social de la Empresa? ¿Indique la respuesta que Vd. cree que es más adecuada? (Elija sólo una respuesta)

1. Que las empresas realicen acciones sociales (donaciones, ONG's...)
 2. Que las empresas se preocupen por el impacto que su actividad tiene en la sociedad.
 3. Que las empresas cumplan las leyes.
 4. Que las empresas se preocupen por la satisfacción de sus clientes.

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones.

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
H2	La ética y la responsabilidad social de una empresa son fundamentales para su sostenibilidad en el largo plazo					
H3	La responsabilidad social de una empresa y su rentabilidad económica pueden ser compatibles					
H4	Una buena ética puede ser un buen negocio					
H5	Las empresas tienen una responsabilidad que va más allá de la obtención de beneficios económicos					
H6	La principal preocupación para una empresa es la obtención de beneficios, aunque ello implique infringir la ley					
H7	El principal objetivo de una empresa es satisfacer las expectativas de sus accionistas y propietarios					
H8	Si la supervivencia de una empresa está en juego, hay que olvidarse de la ética y la responsabilidad social.					
H9	La eficiencia es más importante para las empresas que su reputación ética.					
H10	Favorecer situaciones de riesgo hacia los demás es una actitud intolerable, independientemente de que ese riesgo resulte insignificante					
H11	La existencia de un daño hacia los demás, es una actitud errónea, independientemente de los beneficios obtenidos					
H12	Nunca se debe infringir daño físico o psicológico a los demás					
H13	No se deben adoptar comportamientos que podrían resultar de algún modo una amenaza para la dignidad y el bienestar de otro individuo					
H14	Lo que es ético varía de una situación y de una sociedad a otra					
H15	Lo que una persona considera como moral, puede ser considerado inmoral por otra					
H16	Los principios morales son personales, pues indican cómo debería comportarse un individuo y no pueden ser aplicados a la hora de emitir juicios sobre los demás					

H17	Que una mentira sea considerada como moral o inmoral dependerá de las circunstancias					
-----	--	--	--	--	--	--

Bloque I

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones.

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
H1	Mis familiares más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor					
H2	Mis amigos más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor					
H3	La gente que es importante para mí piensa que debería luchar por ser un emprendedor					

I4. ¿En qué medida te importa lo que los miembros cercanos de tu familia piensen sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?

1	2	3	4	5	6	7	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
No me importa en absoluto							
							Me importa mucho

I5. ¿En qué medida te importa lo que tus amigos más cercanos piensen sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?

1	2	3	4	5	6	7	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
No me importa en absoluto							
							Me importa mucho

I6. ¿En qué medida te importa lo que la gente importante para ti piense sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?

1	2	3	4	5	6	7	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
No me importa en absoluto							
							Me importa mucho