

**PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL
DE SANTANDER**

**LIGIA MARCELA DAZA TORRES
MAYERLY KATHERINE RUEDA DURÁN**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICOMECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2014**

**PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL
DE SANTANDER**

**LIGIA MARCELA DAZA TORRES
MAYERLY KATHERINE RUEDA DURÁN**

**Pasantía de investigación para optar por el título de
Ingeniero Industrial**

**Directora:
AURA CECILIA PEDRAZA AVELLA
Ingeniera Industrial, PhD**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICOMECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA**

2014

AGRADECIMIENTOS

A Dios por esta meta alcanzada, quien ha sido mi guía y compañía durante este camino.

A mis padres por su amor, ejemplo y apoyo durante mi vida.

A mi hermano y primo por sus actitudes incondicionales.

A mis amigos y profesores donde juntos me enseñaron y transmitieron conocimientos que colaboraron a mi crecimiento profesional y personal.

Ligia Marcela.

A mi mamá por todas las enseñanzas recibidas y el esfuerzo que ha hecho para que salgamos adelante.

A Liz y Sergio por su apoyo incondicional.

A mi nona y mis tías por toda la colaboración que me brindaron durante todo mi estudio universitario.

A mis amigos, compañeros de estudio y de trabajo quienes han estado conmigo a lo largo de este proceso, ayudándome con sus consejos y aportando a mi desarrollo personal y profesional.

Maye.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	19
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	22
3. OBJETIVOS.....	24
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	24
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	24
4. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	25
4.1 HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA REVISIÓN DE LA LITERATURA	25
4.2 EMPRENDIMIENTO	25
4.3 PERFIL EMPRENDEDOR.....	28
4.3.1 Características demográficas.....	31
4.3.1.1 Género.....	31
4.3.1.2 Edad	33
4.3.2 Capital humano.....	35
4.3.2.1 Educación	35
4.3.2.2 Formación.....	36
4.3.2.3 Experiencia	37
4.3.3 Características psicológicas.....	37
4.3.3.1 Locus de control interno.....	38
4.3.3.2 Carácter innovador	39
4.3.3.3 Toma de riesgo.....	41
4.3.3.4 Autoeficacia	43
4.3.4 Entorno	44
4.3.4.1 Familia	44
5. APOYO AL EMPRENDIMIENTO	47
5.1 UNIVERSIDAD EAN	49
5.1.1 IN3 (Innova, Integra e Incuba)	49
5.1.2 Mujer emprendedora de alto impacto.....	49
5.2 UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA	50

5.2.1 UEI	50
5.2.2 Consultorio empresarial	50
5.3 UNIVERSIDAD SANTO TOMAS	51
5.4 UNIVERSIDAD DEL NORTE	51
5.5 UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	52
5.6 UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER	53
5.6.1 UIS emprende.....	53
5.7 UNIVERSIDAD ICE SI	54
5.8 UNIVERSIDAD DEL ROSARIO.....	55
5.8.1 UR emprende	55
5.9 UNIVERSIDAD DE LA SABANA	56
5.10 UNIVERSIDAD DE MANIZALES.....	56
5.10.1 Unidad de emprendimiento y empresarismo	56
6. IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO UIS DE PREGRADO PRESENCIAL.....	58
6.1 DESARROLLO METODOLÓGICO	58
6.2 PREPARACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	58
6.2.1 Tipo de estudio	58
6.2.2 Determinación de la información necesaria.	59
6.2.3 Diseño del cuestionario preliminar	59
6.3 APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO	59
6.3.1 Estructura del cuestionario final	60
6.4 DISEÑO DEL FORMATO VIRTUAL DE LA ENCUESTA.....	61
6.5 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	62
6.6 CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	64
6.7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	65
6.7.1 Análisis descriptivo	66
6.7.1.1 Características demográficas.....	66
6.7.1.2 Capital humano.....	67
6.7.1.3 Características psicológicas.....	70
6.7.1.4 Entorno	71
6.7.1.5. Intención emprendedora	72

6.7.1.6 Empresas de base tecnológica	74
6.7.1.7 Información de las empresas creadas.....	77
6.7.2 Análisis multivariable	77
6.7.2.1 Características demográficas.....	78
6.7.2.2 Capital humano.....	81
6.7.2.3 Características psicológicas.....	87
6.7.2.4 Entorno	93
6.7.2.5 Empresas de base tecnológica	94
6.7.3. Modelo probit.	103
6.7.3.1 Modelo creación de empresa.....	103
6.7.3.2 Modelo intención emprendedora.....	105
6.7.3.3 Modelo empresa de base tecnológica.....	106
7. DESCRIPCIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER.....	109
7.1 PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO UIS.....	111
7.2 PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO UIS QUE HA CREADO EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA.....	112
8. CONCLUSIONES	113
9. RECOMENDACIONES.....	117
BIBLIOGRAFÍA.....	118
ANEXOS	127

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Universidades que lideran los procedimientos de emprendimiento	48
Tabla 2. Escala de interpretación de la magnitud del coeficiente de confiabilidad de Cronbach	64
Tabla 3. Alfa de Cronbach por test con los cuales se evaluaron las características del perfil emprendedor	65
Tabla 4. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Género	78
Tabla 5. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Rango de edad en el momento de la construcción de la empresa	79
Tabla 6. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Años de egresado	80
Tabla 7. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Facultad.....	82
Tabla 8. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs ¿Cuál es el mayor nivel académico que ha cursado y recibido título?	84
Tabla 9. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Formación emprendedora	86
Tabla 10. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs ¿Trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado?	87
Tabla 11. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Locus de control	88
Tabla 12. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Carácter innovador.....	89

Tabla 13. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Aversión al riesgo.....	91
Tabla 14. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Autoeficacia.....	92
Tabla 15. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs ¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa?.....	94
Tabla 16. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs ¿Ha creado empresa de base tecnológica?.....	94
Tabla 17. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Género.....	95
Tabla 18. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Rango de edad en el momento de la construcción de la empresa	96
Tabla 19. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Años de egresado.....	96
Tabla 20. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Facultad.....	97
Tabla 21. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs ¿Cuál es el mayor nivel académico que ha cursado y recibido título?.....	98
Tabla 22. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Formación emprendedora.....	98
Tabla 23. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs ¿Trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado?.....	99
Tabla 24. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Locus de control.....	100
Tabla 25. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Carácter innovador	100
Tabla 26. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Aversión al riesgo	101

Tabla 27. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Autoeficacia	102
Tabla 28. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs ¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa?	102
Tabla 29. Modelo probit para la creación de empresa	104
Tabla 30. Modelo probit para la intención emprendedora.....	106
Tabla 31. Modelo probit para empresa de base tecnológica	107
Tabla 32. Cuadro comparativo de características de acuerdo al análisis de contingencia y correspondencia entre egresados que crearon empresa y los que no crearon.....	109
Tabla 33. Resumen de las características de acuerdo al análisis de contingencia y correspondencia de los egresados que crearon empresa de base tecnológica ..	110
Tabla 34. Cuadro comparativo de características de acuerdo a los tres modelos probit.....	111

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Proporción de nuevas actividades emprendedoras colombianas según motivación y edad, 2011-2012.....	34
Figura 2. Porcentaje del género de los egresados de pregrado presencial.....	66
Figura 3. Porcentaje de edad de los egresados de pregrado presencial en el momento de la construcción de la empresa.....	67
Figura 4. Porcentaje de egresados de pregrado presencial por facultad.....	67
Figura 5. Porcentaje de nivel académico de los egresados de pregrado presencial.....	68
Figura 6. Porcentaje de formación emprendedora de los egresados de pregrado presencial.....	68
Figura 7. Tipo de formación emprendedora intención emprendedora.....	69
Figura 8. Tipo de formación emprendedora empresa de base tecnológica.....	69
Figura 9. Porcentaje de los egresados de pregrado presencial con experiencia laboral en pregrado.....	70
Figura 10. Porcentaje características psicológicas.....	71
Figura 11. Porcentaje de egresados de pregrado presencial que cuentan con familia emprendedora.....	71
Figura 12. Entidades más mencionadas que brindan apoyo al emprendedor.....	72
Figura 13. Porcentaje de intención emprendedora de los egresados de pregrado presencial.....	73
Figura 14. Razones por las cuales los egresados con intención no han creado empresa.....	73
Figura 15. Porcentaje de egresados de pregrado presencial que ha creado empresa de base tecnológica.....	77
Figura 16. Gráfica normalización simétrica años de egresados vs años de egresado.....	81
Figura 17. Gráfica normalización simétrica facultad vs intención emprendedora ..	83

Figura 18. Gráfica normalización simétrica nivel académico vs intención emprendedora.....	85
Figura 19. Gráfica normalización simétrica nivel locus de control vs intención emprendedora.....	88
Figura 20. Gráfica normalización simétrica carácter innovador de control vs intención emprendedora	90
Figura 21. Gráfica normalización simétrica aversión al riesgo de control vs intención emprendedora	91
Figura 22. Gráfica normalización simétrica autoeficacia de control vs intención emprendedora.....	93
Figura 23. Mapa mental	127

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. Mapa mental	127
ANEXO B. Artículo	128
ANEXO C. Cuestionario preliminar	139
ANEXO D. Consentimiento informado	148
ANEXO E. Cuestionario final	151
ANEXO F. Tabulación de la información de las empresas creadas.....	161

RESUMEN

TÍTULO: PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER*

AUTORES:

DAZA Torres. Ligia Marcela
RUEDA Durán. Mayerly Katherine**

PALABRAS CLAVE: Perfil emprendedor, iniciativa empresarial, emprendimiento académico, emprendimiento universitario, locus de control interno, carácter innovador, toma de riesgo, autoeficacia.

DESCRIPCIÓN

Con el compromiso en generar conocimiento útil a la universidad y a la sociedad, surge como iniciativa de investigación identificar y estructurar el perfil emprendedor del egresado de pregrado presencial UIS, a través de un estudio descriptivo transversal con la población objetivo del total acumulado de egresados en programas de pregrado hasta marzo 25 del 2014.

El presente proyecto, pretende fortalecer el fomento a la cultura del emprendimiento en la universidad y promover la creación de un vínculo entre el sistema educativo y sistema productivo, mediante la formación en las competencias necesarias para desarrollar la cultura del emprendimiento, creándose la necesidad determinar y conocer las principales características y factores que determinan a un emprendedor.

Para lograr obtener conocimiento de las características o factores que en el contexto mundial han sido validados y comprobados, los cuales definen al perfil emprendedor, se realiza una revisión literaria con la utilización de base de datos de Scopus, Web of science, Science direct, entre otras. Se definen como características a medir para determinar el perfil emprendedor del egresado de pregrado UIS: las demográficas (género y edad), el capital humano (educación, formación y experiencia laboral), las psicológicas (locus de control, carácter innovador, toma de riesgo y autoeficacia), y el entorno (familia).

Se diseña el instrumento de recolección de datos con el propósito de identificar y estructurar el perfil emprendedor, el cual fue aplicado vía online a través de muestreo por conveniencia por medio de la bases de datos de la oficina de relaciones exteriores y de cada una de las escuelas de la Universidad Industrial de Santander, donde se presenta un total de participación de 394 egresados de pregrado presencial UIS.

Los resultados obtenidos del proyecto se analizan a través del software SPSS para el análisis de correspondencia y el software STATA para el análisis econométrico, donde se introducen los datos del instrumento diseñado para medir y estructurar el perfil emprendedor del egresado UIS.

* Proyecto de Grado

** Facultad de ingenierías físico mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales.
Director: Aura Cecilia Pedraza Avella.

ABSTRACT

TITLE: ENTREPRENEURIAL PROFILE OF THE GRADUATE FROM THE INDUSTRIAL UNIVERSITY OF SANTANDER*

AUTORS:

DAZA Torres. Ligia Marcela
RUEDA Durán. Mayerly Katherine**

KEYWORDS: Entrepreneur profile, entrepreneurship, academic entrepreneurship, university entrepreneurship, internal locus of control, innovative character, risk taking, self-efficacy.

DESCRIPTION

In commitment to provide useful knowledge to the university and society arise as a research initiative to identify and structure the graduate entrepreneurial profile of undergraduate degree from UIS, by means of a transversal descriptive study with the aim population of cumulative total of graduates in undergraduate programs until March, 25 th 2014.

This project aims to strengthen the promotion of entrepreneurship culture in the university and promote the creation of a link between the education system and production system, through training in the skills needed to develop the culture of entrepreneurship, creating the need to determine and know the main features and factors that determine an entrepreneur.

Order to achieve knowledge of the characteristics or factors in the global context have been validated and tested, which define entrepreneurial profile. A literature review is realized through a search based on the mental map of the resulting equation with the use of database Scopusd, Isis Web of Science, Science Direct, among others. Defined as characteristics to be measured to determine the entrepreneurial undergraduate graduate profile UIS: demographics (gender and age), human capital (education, training and work experience), psychological (locus of control, innovative character, risk taking and self-efficacy), and environment (family).

Designs instrument to collect data with purposes of identify and structure the entrepreneurial profile, it was applied way online through convenience sampling by means of databases office of External Relations and each of the schools of Industrial University of Santander, where presents a total participation of 394 undergraduate UIS graduates.

The results of the project are analyzed using the SPSS software for correspondence analysis and STATA software for econometric analysis, where were introduced data of the instrument designed for measuring and structuring entrepreneurial UIS graduate profile.

* Degree project

** Faculty of mechanical engineering physicist. School of Industrial and Business Studies. Director: Aura Cecilia Pedraza Avella.

INTRODUCCIÓN

El espíritu empresarial es visto como un factor crítico en la promoción de la innovación, la creación de oportunidades de empleo y generación de riqueza social y económica en la economía de un país (Wong(2005)).¹ Por ello, se ha convertido en un tema de gran interés en los últimos años, motivando a las instituciones académicas y los organismos gubernamentales a investigar los factores que influyen en las intenciones empresariales.

Actualmente existen investigaciones sobre los perfiles emprendedores; este tipo de perfil se ha estudiado en la literatura desde diferentes tipos de enfoques, la mayoría se ha basado en los rasgos de personalidad del empresario combinados con las circunstancias personales que puedan llevarlos a la formación de una nueva empresa.

Este trabajo pretende contribuir a la investigación del proyecto raíz “Perfil Emprendedor del Estudiante y Egresado de la Universidad Industrial de Santander” del grupo de investigación Finance & Management, y tiene como objetivo investigar la relación entre las características mencionadas en la literatura por diferentes autores: demográficas (género y edad), capital humano (educación, formación y experiencia laboral), psicológicas (locus de control, carácter innovador, toma de riesgo y autoeficacia) y el entorno (familia), y la intención de los egresados de la Universidad Industrial de Santander de poner en marcha un negocio con el fin de identificar el perfil emprendedor del Egresado UIS.

¹ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

El presente documento se estructura de la siguiente manera: inicialmente se realiza una revisión de literatura sobre el perfil emprendedor en la cual se describen los factores del entorno y los factores personales que influyen en la iniciativa empresarial. También, se estudia el apoyo que ofrecen las Instituciones de educación superior colombianas al emprendimiento. Seguidamente se presenta el desarrollo metodológico del estudio desde su preparación hasta el procesamiento de la información. Posteriormente, se expone el análisis y discusión de resultados. A continuación se describe el perfil emprendedor del egresado de la Universidad Industrial de Santander. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las universidades, empresas y gobiernos, entre otras entidades, tienen gran interés en la creación y consolidación de nuevas empresas para generar mayor desarrollo económico en el país.

Surge la necesidad que la Universidad Industrial de Santander conozca y defina el perfil emprendedor del egresado UIS con el fin de diseñar estrategias de intervención institucional orientados a potenciar, dar oportunidades y herramientas para que los estudiantes fortalezcan todas las características que se definen y validan a través de la realización de proyectos que tienen los emprendedores egresados UIS, en el marco de un entorno caracterizado por el desarrollo tecnológico, la globalización y los requerimientos de competitividad.

Lograr formación integral de capital humano de alta calidad es el pilar fundamental de la UIS, pero también se requiere la necesidad de formar personas con competencias básicas que les permitan desarrollarse como profesionales emprendedores, es decir personas a las que se les pueda motivar a desarrollar el espíritu empresarial, debido a que esto contribuirá con un gran impacto al crecimiento económico y social de la comunidad Colombiana en general.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En el marco de un entorno caracterizado por el desempleo y requerimientos de competitividad, lograr formación de egresados emprendedores que contribuyan a la creación de empresas con desarrollo tecnológico y generación de empleos, suscitan gran impacto de la universidad en la región y en la economía del país.

La Universidad Industrial de Santander ha trabajado en el fortalecimiento del apoyo a la creación de empresas por parte de los estudiantes y egresados, creando el Programa de Emprendimiento (UIS Emprende). Además de este programa, la UIS planteó dentro de su Plan de Desarrollo 2008 – 2018 el generar una cultura institucional que estimule la creación de empresas y promueva a los egresados vincularse a proyectos de emprendimiento, buscando consolidar la capacidad institucional en materia de extensión y proyección social de alta calidad, cumpliendo con lo establecido en la ley 1014 de 2006 que promulga que los establecimientos educativos deben trabajar en el fomento del espíritu emprendedor y creativo con miras al desarrollo de nuevas empresas.

El seguimiento de egresados es un asunto de vital importancia para las universidades, debido a que la evaluación del desempeño profesional y personal de los egresados permite establecer indicadores con respecto a la calidad y eficiencia de las instituciones de educación superior. Recientemente, la UIS no ha realizado un monitoreo de los egresados que han emprendido alguna iniciativa empresarial, por lo cual es evidente que la universidad desconoce su impacto en términos de generación de negocios por parte de sus egresados y la incidencia que han tenido la institución en esta decisión.

Es así que con la realización del presente proyecto se pretende realizar una identificación y estructuración del perfil emprendedor del egresado UIS, que posteriormente permita formular políticas de apoyo a los emprendedores acordes

con dichos perfiles y el entorno económico y social actual, para impulsar la generación de empresas exitosas en el departamento. Sobre todo, se espera identificar el perfil relacionado con la creación de empresas de base tecnológica por su impacto en la creación de empleo de alta calidad, la innovación que generan, y por ser el tipo de empresa que se espera de una universidad con alta trayectoria en ingeniería.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar el perfil emprendedor del egresado UIS, para comprender el impacto de la universidad en la creación de empresas.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una revisión de la literatura científica, con el fin de identificar las características del perfil emprendedor del egresado universitario.
- Estudiar el apoyo que ofrece la Universidad Industrial de Santander y otras Instituciones de educación superior colombianas para apoyar la creación de empresas de egresados emprendedores.
- Analizar las características de los egresados de la UIS que han creado empresas, a través de una encuesta aplicada a una muestra significativa.
- Determinar, a partir de ejercicios econométricos, la relación entre las características del perfil del egresado UIS con la creación de empresas.
- Identificar el perfil del egresado UIS que ha creado empresas de base tecnológica, dado que estas organizaciones son las de mayor impacto en el crecimiento económico.
- Elaborar un artículo de carácter publicable a partir de los resultados del trabajo de grado.

4. REVISIÓN DE LA LITERATURA

4.1 HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para el desarrollo de la revisión de literatura se realizó inicialmente una búsqueda temática del perfil emprendedor a través de google académico y bases de datos con el fin de identificar palabras claves y crear un mapa mental que se presenta en el ANEXO A, el cual se transformó en ecuación de búsqueda con el propósito de introducirla en las bases de datos para realizar la revisión de literatura. Se utilizó el programa Vantage Point para filtrar las búsquedas y revisar los artículos que contenían mayor número de palabras claves.

4.2 EMPRENDIMIENTO

Se han realizado cuantiosos estudios y son varios los autores que han abordado el fenómeno del emprendimiento desde muchos años atrás. Actualmente en la literatura se presenta un especial interés en examinar y estudiar este tema con el propósito de identificar las diferentes características, competencias y habilidades del individuo que ha emprendido con éxito, con el fin de promover estas competencias entre la población, buscando fomentar una cultura de emprendimiento que genere la creación de empresas.

A lo largo del tiempo el emprendimiento ha sido conceptualizado por innumerables autores y distintos enfoques. A finales del siglo XVIII e inicios del XIX se presenta un enfoque económico, los autores pioneros en este campo son Cantillon (1755) y

Say (1803) quienes consideran a los emprendedores como personas que corrían riesgo, básicamente porque invierten su propio dinero.²

En la visión de Cantillon, los emprendedores compran materia prima por cierto precio, con el objetivo de procesarla y revenderla por un precio aún no definido. Los emprendedores son, por lo tanto, personas que aprovechan las oportunidades con la perspectiva de obtener beneficios, asumiendo los riesgos inherentes. Say(1816) hace distinción entre emprendedores y capitalistas y entre los beneficios de cada uno. Al hacerlo, asocia los emprendedores a la innovación y agentes de cambio.³

Schumpeter (1934) es otro autor que toma interés en el emprendedor, lo considera como un innovador, una persona emprendedora que hace cosas nuevas de una manera nueva, provee nuevos productos, crea nuevas técnicas de producción, descubre nuevos mercados o desarrolla nuevas fuentes de materias primas.⁴

McClelland y Collins (1961) plantean un enfoque psicológico hacia el estudio del emprendimiento como un aspecto comportamental, donde el emprendedor es un individuo dotado de una serie de características y rasgos personales que determinan su comportamiento.⁵

² FILLION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, vol.34, no. 2 (junio 1999), p. 7. Disponible en Internet: http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=102

³ FILLION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, vol.34, no. 2 (junio 1999), p. 7. Disponible en Internet: http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=102

⁴ INYANG, Benjamin James y ENUOH, Rebecca Oliver. Entrepreneurial Competencies: The Missing Links to Successful Entrepreneurship in Nigeria [online] CCSE, vol. 2, no. 2 (abril 2009), p. 64. Disponible en Internet: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/1120/1122>

⁵ PULGARÍN, Sergio Andrés y CARDONA, Marleny. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. [online] Rev.

Además, se evidencia un enfoque sociocultural, es decir, el que aborda el emprendimiento desde la relación existente entre el medio entendido como entorno y su afectación directa sobre el surgimiento de las empresas y emprendedores, autores como Shapero (1984) se aproximan a este enfoque al hablar de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos en la creación de nuevas empresas y surgimiento de nuevos empresarios.⁶

En la literatura revisada se encuentra un último enfoque que Veciana (1999) lo denomina enfoque gerencial. Las distintas teorías que se enmarcan bajo este enfoque postulan que, más que tratar de explicar las causas de la creación de empresas, hay que impulsar la generación de nuevos conocimientos y habilidades marcando patrones a seguir, debido a que los comportamientos de los emprendedores se basan en aptitudes o habilidades, que se pueden aprender.⁷

Los diferentes autores sugieren que el espíritu empresarial es un medio a través del cual las personas pueden darse cuenta de la sensación de control de sus vidas (Longenecker (1988)), de aumentar la autonomía (Boyd Gumpert (1983)), y tener sentimientos de carácter distintivo (Naman y Slevin (1993) y Pastor y Haynie (2009)).⁸

esc. adm. neg. No. 71 (Julio-Diciembre), p. 22-39. Disponible en internet: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/549/537>

⁶ MANUEL, Eduardo G. Entrepreneurship and Economics. [online] MPRA.Pape No. 2136 (9 marzo 2007). Disponible en internet: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/2136/1/MPRA_paper_2136.pdf

⁷ BENAVIDES, María del Mar, SÁNCHEZ, María Isabel y LUNA, Roberto. El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: Un análisis cualitativo en el ámbito universitario. [online] DYO (30 abril 2004), p. 30-48. Disponible en internet: <http://revistadyo.com/index.php/dyo/article/view/122/122>

⁸ SPIVACK, April J., MCKELVIE, Alexander y HAYNIE, J. Michael. Habitual entrepreneurs: Possible cases of entrepreneurship addiction? [online] Journal of Business Venturing (14 diciembre 2013). Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613001080>

La investigación acerca de la iniciativa empresarial ha sido fundamental en el esclarecimiento y la articulación de muchos de los factores contextuales necesarios para fomentar la actividad empresarial (Pennings (1980) y Bruno y Tyebjee (1982)).⁹

En los países de menor desarrollo, el fomento de las actividades empresariales se recomienda como una forma de estimular el crecimiento económico (Harper (1991)). En consecuencia, los programas nacionales de incentivos y educación destinadas a estimular el desarrollo de nuevos emprendimiento han sido instituidos por los gobiernos de un gran número de países de Asia y América Latina, así como en las economías en transición de Europa Central y Oriental (Audretsch (1991) y Gibb (1993)).¹⁰

4.3 PERFIL EMPRENDEDOR

Con el propósito de fomentar la iniciativa empresarial recientemente gran número de autores están enfocando sus investigaciones respecto a las características, rasgos y habilidades que debe tener y dominar una persona para ser emprendedor, por lo cual definir el perfil emprendedor se ha convertido en un tema con gran auge.

Schumpeter es uno de los primeros autores en sugerir que, además de un clima empresarial, la creación de nuevas empresas y la iniciativa empresarial depende de la disponibilidad de los futuros empresarios, es decir, los individuos que poseen

⁹ MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. [online] Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

¹⁰ MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. [online] Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

rasgos de personalidad combinados con las circunstancias personales que puedan llevarlos a la formación de una nueva empresa. Posteriormente el trabajo de McClelland estimuló una serie de estudios sobre los rasgos de los emprendedores, para identificar aquellas características que no sólo motivan a los individuos para iniciar nuevas empresas, sino que también contribuyen a aventurarse al éxito (Dunkelberg y Cooper (1982)), (Aboud (1971) y Timmons (1978)).¹¹

Las investigaciones demuestran que los rasgos de personalidad de los individuos influyen en la creación de empresas en un país (Koh (1996) y Mueller y Thomas (2001)). Además muchos investigadores han analizado las diferencias de personalidad entre los emprendedores y no emprendedores sobre la base de que ciertos rasgos de carácter requieren condiciones previas para la iniciativa empresarial (Utsch y Rauch (2000)). De hecho, la influencia de los rasgos de la personalidad es el más alto factor determinante en las intenciones de puesta en marcha de negocios de los nuevos empresarios (Nga y Shamuganathan (2010)).¹²

Las motivaciones para convertirse en empresario en general se han clasificado ya sea como factores situacionales push/pull o características personales. La investigación ha demostrado que la nueva iniciación de empresas a menudo se produce como resultado de empujones o tirones situacionales que incluyen la frustración con el actual estilo de vida, la infancia, el entorno familiar, la educación,

¹¹ MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. [online] Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

¹² LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

la edad, historial de trabajo, modelos a seguir y las redes de apoyo (Hisrich (1990), Martin (1984), Moore (1986), Krueger (1993), y Scheinberg y MacMillan (1988)).¹³

Algunos individuos se empujaron en el espíritu empresarial por factores negativos como la insatisfacción con el empleo existente, la pérdida de empleo, y los retrocesos de carrera. Alternativamente, los individuos pueden ser tirados en el espíritu empresarial por factores positivos, tales como formación inicial y la exposición a los negocios que anima a la búsqueda de oportunidades de negocio (Krueger (1993), Mancuso (1973), Gilad y Levine (1986) y Scheinberg y MacMillan (1988)).¹⁴

A continuación se describen las características del emprendedor que son consideradas relevantes de acuerdo a la revisión de literatura desarrollada; estas características se dividen en cuatro grandes grupos: las características demográficas, el capital humano, las características psicológicas y el entorno, dado que influyen considerablemente en el perfil emprendedor.

¹³ MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. [online] Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

¹⁴ MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. [online] Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

4.3.1 Características demográficas. Variables demográficas como la edad y el sexo, han sido relacionadas con el emprendimiento (Sánchez, 2003).¹⁵ Seguidamente se estudia la relación de estas características con la iniciativa empresarial.

4.3.1.1 Género. Las investigaciones sobre evaluación de nuevas oportunidades es una parte importante de la iniciativa empresarial (Mitchell y Pastor (2010)); estas sugieren diferencias de género (Baker (2003)) y que la evaluación de oportunidad puede ser un filtro crítico responsable de la tasa diferencial de la iniciativa empresarial entre los hombres y las mujeres (De Bruin (2007) y Langowitz y Minniti (2007)).¹⁶

La apreciación de la naturaleza de género de la evaluación de la oportunidad permite explorar una explicación teórica para la conocida paradoja que a pesar de la iniciativa empresarial es ampliamente reconocida como una carrera atractiva y útil para los hombres y mujeres por igual (Heilman y Chen (2003)), la tasa del espíritu empresarial entre las mujeres sigue siendo muy inferior a los hombres en todo el mundo (Kelley (2011)).¹⁷

Los investigadores encuentran que las profesiones asociadas con poder, dinero, prestigio y autoridad, tienden a ser estereotipadas como masculino (Karlin

¹⁵ KANEKO, Juan José. Emprendimiento, personalidad y variables sociodemográficas en estudiantes de Administración de un instituto de educación superior. Revista PsiqueMag, vol. 1, no. 1 (2012), p. 1-23. Disponible en internet: <http://www.ucvlima.edu.pe/psiquemag/pdf/PsiqueMag05.pdf>

¹⁶ GUPTA, Vishal K. y GOKTAN, Banu, GUNAY, Gonca. Gender differences in evaluation on of new business opportunity: A stereotype threat perspective. [online] Journal of Business Venturing, vol. 29, no. 2 (2014), p. 273-288. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613000177>

¹⁷ GUPTA, Vishal K. y GOKTAN, Banu, GUNAY, Gonca. Gender differences in evaluation on of new business opportunity: A stereotype threat perspective. [online] Journal of Business Venturing, vol. 29, no. 2 (2014), p. 273-288. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613000177>

(2002), Harzing(2004)).¹⁸ El papel del empresario se caracteriza a menudo como masculino (Ahl(2006), Lewis (2006), Marlow(2002)). Los empresarios se describen con frecuencia como audaz, con asunción de riesgos, y agresivos que son rasgos asociados con los hombres (Baughn(2006), Gupta y turbante (2012), Mirchandani(1999)).

La toma de riesgos financieros y el logro económico a menudo asociado con la iniciativa empresarial, también añade un borde prescriptivo a la idea de que el espíritu empresarial es para los hombres (Thebaud(2010)). Un estereotipo masculino de la iniciativa empresarial instala normas sociales que conllevan a las mujeres a creer que el espíritu empresarial es menos adecuado para ellas, por ejemplo Mueller y Conway Dato-en (2013) y Shinnar(2012).

En diversos estudios han comparado directamente los hombres y la evaluación de oportunidad de la mujer; la limitada evidencia sugiere que existe una considerable brecha entre hombres y mujeres en la evaluación de nuevas oportunidades en las situaciones cotidianas (Ettl y Welter (2010)). La lógica que subyace aquí es que a pesar de que los atributos masculinos sobre los empresarios están ampliamente sostenidos, las características femeninas también pueden desempeñar un papel en la iniciativa empresarial (Acantilado (2005)).¹⁹

Con los años, ha habido varios intentos de ofrecer una comprensión positiva de aspectos femeninos en el espíritu empresarial (Santiago(2012)), a partir de una apreciación del papel de los valores de las mujeres en la gestión de nuevas

¹⁸ MAES, Johan, LEROY, Hannes y SELS, Luc. Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multigroup analysis at factor and indicator level. [online] European Management Journal (1 febrero 2014). Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263237314000139>

¹⁹ GUPTA, Vishal K. y GOKTAN, Banu, GUNAY, Gonca. Gender differences in evaluation on of new business opportunity: A stereotype threat perspective. [online] Journal of Business Venturing, vol. 29, no. 2 (2014), p. 273-288. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613000177>

empresas (Calas (2009), Hanson y Blake (2005)). De hecho, una lectura cuidadosa de la literatura del espíritu empresarial sugiere que muchas de las cualidades consideradas críticas para el éxito como empresario, como la formación de relaciones y cuidar de una empresa, son de naturaleza femenina (Kinyanjui(2008), Rae(2009)).²⁰

4.3.1.2 Edad. Un número de estudios han sugerido que la edad puede jugar un papel en la decisión de iniciar una nueva empresa, así, con un fenómeno de "la edad límite" que afecta a las personas en sus años 40 y posteriores si no hubieran empezado antes una empresa (Levesque y Minniti(2006)). La evidencia empírica parece apoyar esta afirmación (Roberts (1991)).²¹

En Estados Unidos las distribuciones muestran que los más recientes empresarios incluyen grupos de edad más jóvenes, así como más de los grupos de edad de los 40s y 50s. Antes de la década de 1970, el 23% de los empresarios por primera vez tenía menos de 30 años de edad; durante la década de 1980 ese número aumentó a 31%; en el 1990 el 36% de los fundadores eran menores de 30.²²

La figura 1 presenta la proporción de las nuevas actividades emprendedoras por oportunidad y por necesidad para cada uno de los grupos etarios en Colombia.²³

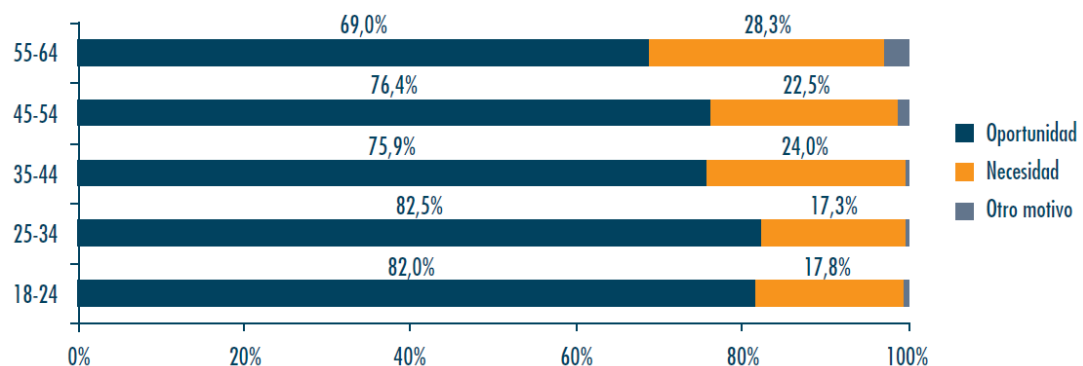
²⁰ GUPTA, Vishal K. y GOKTAN, Banu, GUNAY, Gonca. Gender differences in evaluation on of new business opportunity: A stereotype threat perspective. [online] Journal of Business Venturing, vol. 29, no. 2 (2014), p. 273-288. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613000177>

²¹ HSU, David H. ROBERTS, Edward B. y EESLEY, Charles E. Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT. [online] Research Policy, vol. 36, no. 5 (June 2007), p. 768-788. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733307000728>

²² HSU, David H. ROBERTS, Edward B. y EESLEY, Charles E. Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT. [online] Research Policy, vol. 36, no. 5 (June 2007), p. 768-788. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733307000728>

²³ PEREIRA, Fernando, OSORIO, Fabián, MEDIANA, LinaMaría, VESGA, Rafael, QUIROGA, Raúl Fernando, GOMEZ, Liyis, RESTREPO, Juan Guillermo, VALERA, Rodrigo y SOLER, Juan David.

Figura 1. Proporción de nuevas actividades emprendedoras colombianas según motivación y edad, 2011-2012



Fuente: GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta.

Se observa que entre las edades de 18 y 34 presentan la mayor proporción de emprendedores por oportunidad, pero realmente las variaciones no son muy significativas.²⁴

Colombia Global Entrepreneurship Monitor 2011-2012. [online] Disponible en Internet: <http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2011/>

²⁴ PEREIRA, Fernando, OSORIO, Fabián, MEDIANA, Lina María, VESGA, Rafael, QUIROGA, Raúl Fernando, GOMEZ, Liyis, RESTREPO, Juan Guillermo, VALERA, Rodrigo y SOLER, Juan David. Colombia Global Entrepreneurship Monitor 2011-2012. [online] Disponible en Internet: <http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2011/>

4.3.2 Capital humano. El capital humano se refiere al balance de competencias y conocimientos pertinentes para la realización de trabajo para producir valor económico. El capital humano representa el conocimiento, las habilidades y la experiencia que posee una persona convirtiéndolo en un conjunto de atributos personales que pueden ser utilizados en la generación de valor en un entorno de negocios (Becker, 1964).²⁵ Seguidamente se enuncian las características de capital humano que se relacionan con la iniciativa empresarial.

4.3.2.1 Educación. La relación entre la educación y la creación de empresas ha sido largamente estudiada por la literatura internacional desde distintas perspectivas y enfoques. Por un lado, aparecen aquellos estudios que sobre la base de muestras de la población general, encuentran una relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a emprender (Borjas y Bronars (1989), Cowling y Taylor (2001), Delmar y Davidsson (2000), Gill (1988), Karcher (1998), Lafuente y Salas (1989), Rees y Shah (1986), Robinson y Sexton (1994)).²⁶

En segundo lugar se puede ubicar a un grupo de trabajos que estudian distintos tipos de emprendedores, tales como los basados en la tecnología, caracterizados por niveles de educación relativamente elevados (Colombo y Delmastro (2001), Fayolle y Ulijn (2001), Litvak y Maule (1976)).²⁷

²⁵ BECKER, M. C., Knudsen, T., & Swedberg, R. (2012). Schumpeter's Theory of Economic Development: 100 years of development. *Journal of Evolutionary Economics*, 22 (5), p. 917-933. Doi:10.1007/s00191-012-0297-x

²⁶ KANTIS, Hugo, POSTIGO, Sergio, FEDERICO, Juan y TAMBORINI, María Fernanda. El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de Argentina. [online] Disponible en internet: <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F10l/DT%2006-2003%20Kantis-Postigo-Federico-Tamborini.pdf>

²⁷ KANTIS, Hugo, POSTIGO, Sergio, FEDERICO, Juan y TAMBORINI, María Fernanda. El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de Argentina. [online] Disponible en internet:

4.3.2.2 Formación. Se encuentra una serie de investigaciones orientadas a evaluar el impacto de los cursos para emprendedores que se dictan en las universidades y las características de las empresas creadas por sus egresados (Brown y Galloway (2002), Charney y Libecap (2000), Clark y otros (1984), Deschoolmeester y otros (1997), Kolvereid y Moen (1997), Levie y otros (2001), Lüthje y Franke (2002), Tackey y otros (1999), Upton y otros (1995)).²⁸

Drucker (1985), llegó a la conclusión de que el espíritu empresarial se puede aprender como una disciplina o metodología, a pesar de las antiguas creencias sobre la naturaleza intransferible de la capacidad del espíritu empresarial, debido a sus características totalmente tácitas.²⁹

Las universidades son importantes en la educación de la iniciativa empresarial, ya que pueden aumentar la motivación y la competencia de sus graduados a convertirse en personas clave en las actividades innovadoras y emprendedoras (Rasmussen R.A. y Sorheim R. (2006)).³⁰

La infraestructura de la educación empresarial ha surgido en las instituciones de educación superior de Estados Unidos desde un curso de emprendimiento que fue

<http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2006-2003%20Kantis-Postigo-Federico-Tamborini.pdf>

²⁸ KANTIS, Hugo, POSTIGO, Sergio, FEDERICO, Juan y TAMBORINI, María Fernanda. El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de Argentina. [online] Disponible en internet: <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2006-2003%20Kantis-Postigo-Federico-Tamborini.pdf>

²⁹ ASKUN, Bige y YILDIRIM, Nihan. Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not? [online] Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 24 (2011), p. 663-676. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811015783>

³⁰ ASKUN, Bige y YILDIRIM, Nihan. Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not? [online] Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 24 (2011), p. 663-676. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811015783>

ofrecido primero a los estudiantes de MBA de Harvard en 1947 (Katz, J.A. (2003)). Desde entonces, el espíritu empresarial comenzó a tener lugar en la agenda de las escuelas de negocios de todo el mundo.³¹

4.3.2.3 Experiencia. Otro de los aspectos relacionados con la intención emprendedora es la experiencia laboral (Kolvereid, 1996). De este modo, se ha encontrado una relación significativa entre tener experiencia laboral y la intención emprendedora (Moriano et al., 2006).³²

En lo referente a la experiencia previa, Scott y Twomey (1988), Kolvereid (1996), Peterman y Kennedy (2003) o Leiva Bonilla (2004) encuentran una relación positiva de la experiencia en el trabajo con las aspiraciones de crear su propia empresa.³³

4.3.3 Características psicológicas. Existen características psicológicas íntimamente ligadas al fenómeno de emprendimiento debido a que muchas de estas potencializan la posibilidad de surgimiento y éxito de la actividad empresarial en cualquier región del mundo. Entre ellas se encuentran:

³¹ ASKUN, Bige y YILDIRIM, Nihan. Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not? [online] Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 24 (2011), p. 663-676. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811015783>

³² MARTÍNEZ, Garazi Azanza y CAMPOS, José Antonio. La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deusto. [online] Boletín de estudios económicos, col. LXIX, no. 211 (Abril 2014), p. 151-172. Disponible en internet: <http://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2014/06/Campos-AZANZA.pdf>

³³ ESPÍRITU, Roberto y SASTRE, Miguel Ángel. Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España. Disponible en internet: http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1902/1/25.pdf

4.3.3.1 Locus de control interno. El locus de control, concepto introducido por Rotter en el año 1962, explica la percepción individual sobre el resultado de un evento, ya sea dentro o más allá de su control personal. El individuo interno considera que los resultados se derivan de la habilidad, esfuerzo y aptitud personal; en tanto que el externo considera que las fuerzas exteriores a su control determinan los resultados.³⁴

Para Rotter tal constructo de locus de control es una característica aprendida y estable, más recientemente algunos autores consideran que éste puede desarrollarse (Hansemark(2003)) por lo que estaría sujeta a procesos culturales y de socialización en función del contexto social circundante (Smith, Trompenaars y Dugan(1995),Kauffman, Welsh y Bushmarin(1996), Mueller y Thomas(2000)). Se considera, por tanto, que el locus de control no es innato sino que está influenciado por procesos externos y puede desarrollarse durante el proceso madurativo de la persona.³⁵

La identificación del locus de control interno como un posible rasgo empresarial impulsó numerosos estudios empíricos que han demostrado que los emprendedores lo tienen frente a otros grupos comparativos.³⁶ (Borland(1974),Shapero(1975),Pandey y Tewary(1979),Brockhaus(1982),Jennings y Zeithaml (1983), Venkatapathy(1984),Brockhaus y Horwitz(1986),Begley y Boyd(1987), Perry (1990),Krueger y Brazeal(1994),Kauffman, Welsh, Stacey y

³⁴ RASCÓN, Luz Elvia. Factores subyacentes de cultura y personalidad empresarial que influyen en la intención de invertir. [online] EconoQuantum, vol. 3, no. 1 (2006), p. 63-89. Disponible en Internet: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125015202003>

³⁵ DIAZ, Francisco J. CAPPELLO, Héctor M. y GARCIA, Pedro A. Social and cultural influences among Mexican border entrepreneurs. [online] Psychological Reports, vol. 104, no. 3 (junio 2009), p. 844-852. Disponible en Internet: <http://www.amsciepub.com/doi/abs/10.2466/pr0.104.3.844-852>

³⁶ DIAZ, Francisco J. CAPPELLO, Héctor M. y GARCIA, Pedro A. Social and cultural influences among Mexican border entrepreneurs. [online] Psychological Reports, vol. 104, no. 3 (junio 2009), p. 844-852. Disponible en Internet: <http://www.amsciepub.com/doi/abs/10.2466/pr0.104.3.844-852>

Bushmarin(1996), Schiller y Crewson(1997), Thomas y Mueller(1998),Brosing(2002), Marino, Strandholm, Steesma, y Weaver(2002), Díaz y Rodríguez (2003)Snider y Styles(2004)).

La mayoría de las investigaciones sobre el locus de control han evaluado y medido con la escala IE de Rotter (1966) o posteriores adaptaciones y mejoras de esta, tal como lo hace Levenson(1974), Begley y Boyd (1987) y Mueller y Thomas (2001).³⁷

4.3.3.2 Carácter innovador. La innovación es un antecedente muy importante de la iniciativa empresarial. Schumpeter (1934) ve al empresario como un innovador y define innovación como las actividades de investigación, desarrollo y comercialización que transforman una invención en un producto o servicio que es introducido al mercado.³⁸

Existe un considerable respaldo de la revisión en la literatura en que los empresarios son más innovadores que los que no lo son (Gurol y Atsan(2006), Koh(1996) y Robinson (1991)). En el estudio de Mueller y Thomas (2001), la innovación ha sido identificada como un antecedente importante de comenzar un negocio. Del mismo modo, tanto Koh (1996) y Gurol y Atsan (2006) encontraron una relación positiva entre la innovación y la intención emprendedora.³⁹

³⁷ MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. [online] Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

³⁸ KANTIS, Hugo y DÍAZ, Sandra. Estudio de buenas prácticas : “Innovación y Emprendimiento en Chile: una radiografía de los emprendedores dinámicos y de sus prácticas empresariales”. [online] Endeavor Chile (20 mayo 2008). Disponible en internet: http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2011/05/kea_10.pdf

³⁹ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

El instrumento utilizado para describir los empresarios que se correlacionan altamente con la capacidad de innovación es el Manual de Inventario de Personalidad de Jackson (JPI), que define la innovación como una tendencia a ser creativos en el pensamiento y la acción (McClelland(1987), Fernald y Solomon (1987), Hornaday y Aboud(1971) y Timmons(1978)).⁴⁰

Una puntuación alta en la escala de innovación JPI indica una preferencia por soluciones novedosas a los problemas y una apreciación de las ideas originales.

Para el estudio realizado por Mueller y Thomas (2001), ocho ítems fueron adaptados de la escala de innovación JPI. A partir de los datos recolectados en el estudio, se realizan las pruebas de validez del test obteniendo un alfa de Cronbach⁴¹ de 0.81, valor que se encuentra entre los rangos aceptables, por consiguiente se comprueba la fiabilidad de la escala.⁴²

⁴⁰ MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. [online] Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

⁴¹ **Coefficiente alfa de Cronbach:** evalúa la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems. Cuanto menor sea la variabilidad de respuesta, es decir, que haya homogeneidad en las respuestas dentro de cada ítem, mayor será el Alfa de Cronbach.

⁴² MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. [online] Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

4.3.3.3 Toma de riesgo. Otra variable clave en la evaluación de la iniciativa empresarial es la propensión de un individuo a asumir riesgo. La propensión de tomar riesgos es un elemento importante de la iniciativa empresarial y se refiere a la propensión de un individuo a exhibir la asunción de riesgos o la evasión del riesgo, cuando se enfrentan a situaciones que podrían implicar un elemento de riesgo (Gurul y Atsan (2006)).⁴³

Una definición más detallada de la propensión de tomar riesgo es dada por Brockhaus (1980: p.513): "La propensión para la toma de riesgos se define como la probabilidad percibida de recibir las recompensas asociadas con el éxito de una situación propuesta, que es requerida por un individuo antes de que él se someta a las consecuencias asociadas al fracaso, la situación alternativa que proporciona una menor recompensa como consecuencia así como menos grave que la situación propuesta".⁴⁴

Asimismo, Hisrich (2005: p.8) define el espíritu empresarial como: "El proceso de crear algo nuevo con valor por dedicar el tiempo y esfuerzo necesarios, asumiendo el riesgo financiero, psíquico y social y recibiendo los beneficios resultantes".⁴⁵

⁴³ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

⁴⁴ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

⁴⁵ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

La edición revisada del Inventario de Personalidad de Jackson también evalúa la propensión de la toma de riesgos. Los encuestados que logren un puntaje alto en esta escala tienden a disfrutar de juegos de azar, tomar riesgos, participar en la aventura y son generalmente despreocupados con el peligro (Sexton y Browman-Upton(1990)).⁴⁶

En el estudio realizado por Rodica y Cazan (2011) se construye el inventario de personalidad empresarial basado en varios modelos teóricos y se compone de siete escalas con coeficientes alfa de Cronbach de los siguiente: propensión de riesgo (21 items)- 0.77; habilidades sociales (13 items)- 0.71; habilidades empresariales (17 items)- 0.80; creatividad (17 items)- 0.69; independencia (17 items)- 0.65; motivación de logro (17 items)- 0.74; y Organización de recursos (10 items)- 0.73.⁴⁷

⁴⁶ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

⁴⁷ RODICA, Marcela y CAZAN, Ana María. Involvement in entrepreneurial training and personality. [online] Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 30 (2011), p. 1251-1256. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811020672>

4.3.3.4 Autoeficacia. La autoeficacia en esencia, es una creencia personal que desarrollo (Bandura 1997) definiéndola como “creencias en las propias capacidades para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos que producirán determinados logros o resultados” (Bandura, 1997, pág. 3)⁴⁸, además la autoeficacia asume que la experiencia, el aprendizaje, el control de las emociones y la persuasión verbal (Bandura, Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change, 1977), son factores críticos de la propia percepción de las capacidades e intenciones.⁴⁹

Chao Chen (1998) define la autoeficacia como “La fuerza de las creencias de una persona de que, él o ella, es capaz de desarrollar exitosamente varios de los roles y tareas del Emprendimiento. Mueller (2008), explica que en el concepto del constructo de la autoeficacia empresarial se incluye a menudo en modelos de intenciones empresariales para explicar por qué algunos individuos son más propensos que otros a convertirse en empresarios⁵⁰.

Mueller (2008), explica que en el concepto del constructo de la autoeficacia empresarial se incluye a menudo en modelos de intenciones empresariales para explicar por qué algunos individuos son más propensos que otros a convertirse en empresarios. La autoeficacia emprendedora mide la confianza de una persona para crear satisfactoriamente un negocio emprendedor, esto evaluado sobre

⁴⁸ SALVADOR, Carmen. Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles. Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental y Universidad de Sevilla. Revista Apuntes de Psicología, 2009, Vol. 27, número 1, págs. 65-78. Disponible en internet: http://www.cop.es/delegaci/andocci/files/contenidos/VOL.%2027_1_2009/vol.%2027_1_4.pdf

⁴⁹ LEÓN, Luis Gabriel. Influencia del “Entrepreneurial Self-Efficacy” en el emprendedor. Trabajo de grado Administrador. Bogotá D.C.: Universidad EAN. Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas, 2013. Disponible en internet: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/4645/9/LeonLuis2013.pdf>

⁵⁰ LEÓN, Luis Gabriel. Influencia del “Entrepreneurial Self-Efficacy” en el emprendedor. Trabajo de grado Administrador. Bogotá D.C.: Universidad EAN. Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas, 2013. Disponible en internet: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/4645/9/LeonLuis2013.pdf>

diferentes ópticas: Disposición, creencias, experiencia, voluntad, etc. (McGee, 2009).⁵¹

Como instrumento para medir la autoeficacia, se encuentra en la literatura la escala de autoeficacia general (Schwarzer y Jerusalem (1993)) está conformada por 10 ítems con un puntaje mínimo de 10 puntos y un máximo de 40 puntos, las respuestas son tipo Likert donde la persona responde a cada ítem de acuerdo a lo que ella percibe de su capacidad en el momento: Incorrecto (1 Punto) ; Apenas cierto (2 puntos) ; más bien cierto (3 puntos) o cierto (4 puntos), las puntuaciones más altas se asocian con niveles altos de autoeficacia percibida.⁵²

4.3.4 Entorno. El entorno presenta factores que influyen en el emprendimiento, en la medida en que lo apoyen o generen obstáculos para desarrollarlo. Entre ellos se encuentra:

4.3.4.1 Familia. El papel y la influencia de la familia sobre las intenciones empresariales es un área que ha recibido una atención importante en la literatura de emprendedores teniendo en cuenta que el espíritu empresarial a menudo se produce en equipos que contienen miembros de la familia (Ruef (2003) y Aldrich (2002)).⁵³

⁵¹ LEÓN, Luis Gabriel. Influencia del “Entrepreneurial Self-Efficacy” en el emprendedor. Trabajo de grado Administrador. Bogotá D.C.: Universidad EAN. Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas, 2013. Disponible en internet: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/4645/9/LeonLuis2013.pdf>

⁵² CID, Patricia, ORELLANA Alda, BARRIGA Omar. Validación de la escala de autoeficacia general en Chile. Artículo de investigación. Chile. Rev. Med Chile 2010; 138: 551-557. Disponible en internet: <http://www.scielo.cl/pdf/rmc/v138n5/art04.pdf>

⁵³ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

Una empresa es a menudo una reacción de empuje a las circunstancias cambiantes de la familia (Cramton (1993)), y miembros de la familia a menudo desempeñan un papel crucial en la provisión de recursos financieros y humanos para la creación de empresas (Zhang (2003) y Steier y Greenwood (2000)).⁵⁴

Samuelsson (2001), Liao y Welsch (2001), Pruett (2009) y Altinay y Altinay (2006), sugieren que la presencia de un miembro de la familia empresarial aumenta ambiciones empresariales porque tales personas pueden servir como modelos a seguir. Algunos autores (Larson y Starr (1993) y Greve y Salaff (2003)) han sugerido que tales conclusiones diferentes podrían estar relacionados con las diferentes etapas del ciclo de vida de la iniciativa empresarial.⁵⁵

Davidsson y Honig (2003) encontraron que había una relación positiva entre tener los padres o amigos cercanos en los negocios y el fomento y apoyo de la familia.⁵⁶ Entre los estudios que han considerado el papel de la familia en la iniciativa empresarial se encuentra el de Baughn (2006) quienes identificaron el apoyo familiar como uno de los determinantes fundamentales del espíritu emprendedor confirmando la hipótesis de otros autores mencionados.⁵⁷

⁵⁴ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

⁵⁵ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

⁵⁶ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

⁵⁷ DELGADO, María Isabel, GÓMEZ, Luis, ROMERO, Ana María y VÁZQUEZ, Elena. Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. [online] Cuaderno de Gestión, vol. 18, no. 1 (2008), p. 11-24. Disponible en Internet: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/811.pdf>

Los miembros de la familia no sólo transmiten conocimientos empresariales relacionados, sino también dotan a sus sucesores con las habilidades empresariales necesarias para ejecutar las operaciones del día a día (Nicolaou, (2008)). Klyver (2007) encontró que los miembros de la familia están más fuertemente involucrados en las primeras etapas del ciclo de vida, cuando la decisión de iniciar o no un negocio aún no se ha tomado.⁵⁸

En el año 2012 Levent Altinay, Melih Madanoglu, Roberto Daniele y Conrad Lashley identifican la tradición familiar como un factor influyente en la creación de empresas; este resultado está en línea con varios estudios anteriores de Gasse (1985), Hisrich (1986) y Gurel (2010).⁵⁹

La tradición familiar ha sido medida por diferentes autores (Fuentes y Sanchez (2010)⁶⁰; Altinay, Madanoglu, Daniele y Lashley (2012)) como una variable dicotómica, con el valor de uno o cero si existen o no empresarios en la familia.

Por la relevancia de los resultados hallados en la revisión de literatura sobre el perfil emprendedor, se redactó un artículo de carácter publicable que se adjunta en el ANEXO B de este documento.

⁵⁸ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

⁵⁹ LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online] International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

⁶⁰ FUENTES, Fernando y SÁNCHEZ, Sandra. Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. [online] Estudios de economía aplicada, vol. 28, no. 3 (2010), p. 1-28. Disponible en internet: <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>

5. APOYO AL EMPRENDIMIENTO

Actualmente se evidencia un aumento en la búsqueda de incentivar y apoyar el desarrollo de la iniciativa emprendedora. Con la aprobación de la ley 14 de 2006 que fomenta la cultura del emprendimiento, a esta tarea se han consolidado en conjunto los esfuerzos gubernamentales que buscan crear vínculos entre los sistemas educativos y las empresas, lo cual contribuye al crecimiento de los organizaciones universitarias, productivas y a la reducción del desempleo y al desarrollo económico del país, por tanto se considera importante conocer aquellas instituciones de educación superior colombiana que brindan apoyo a la creación de empresas de egresados emprendedores.

En Colombia, a partir de la aprobación de la ley 14, nació la Red Universitaria de Emprendimiento (REUNE), la cual entrega soluciones a los problemas relacionados con el emprendimiento y la innovación en las IES (Instituciones de Educación Superior). El objetivo de REUNE es apoyar y determinar los lineamientos y las políticas de orden institucional creadas para fortalecer la cultura del emprendimiento y su desarrollo en las universidades.⁶¹

Se consultó a REUNE que hace parte de la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN), sobre las universidades las cuales ofrecen dentro de sus proyectos educativos programas que promueven el emprendimiento en Colombia. Los criterios tenidos en cuenta para seleccionar el grupo de universidades presentado en la tabla 1 son los siguientes:

1. Que el centro de emprendimiento esté oficializado e institucionalizado frente a la rectoría de la universidad.

⁶¹ LOS QUE MÁS HABLAN DE EMPRENDIMIENTO EN EL PAÍS. En: Revistaedu. [en línea]. [Consultado 8 de octubre de 2014]. Octubre, 2014. Disponible en <http://www.revistaedu.co/seccion/tendencias-profesionales/emprendimiento-en-el-pais.html>

2. Que el centro de emprendimiento cuente con por lo menos 5 años de funcionamiento.

Tabla 1. Universidades que lideran los procedimientos de emprendimiento

Universidad	Contacto	Correo
Universidad EAN	Francisco Matiz	fjmatiz@ean.edu.co
Universidad Nacional (Bogotá)	Alvaro Viña	auvinav@unal.edu.co
Universidad Santo Tomás	Olga Santamaria	olgasantamaria@usantotomas.edu.co
Universidad del Norte	Liyis Gómez	mgomez@uninorte.edu.co
Universidad de Antioquia	Claudia Nohava	claudia.nohava@udea.edu.co
Universidad Industrial de Santander	Diana Ortiz	emprender@uis.edu.co
Universidad ICESI	Rodrigo Varela	rvarela@icesi.edu.co
Universidad del Rosario	Andrea Avila	andrea.avila@urosario.edu.co
Universidad de la Sabana	Juan Pablo Corrales	juan.corrales@unisabana.edu.co
Universidad de Manizales	Unidad de emprendimiento y empresarismo	emprendimiento@umanizales.edu.co

Fuente: Julian Esteban Gutierrez Rodriguez, Coordinador Nacional Red Universitaria de Emprendimiento REUNE

A continuación se realiza una breve descripción de los programas de emprendimiento que ofrece cada una de las universidades que se mencionaron anteriormente.

5.1 UNIVERSIDAD EAN⁶²

5.1.1 IN3 (Innova, Integra e Incuba). La Universidad EAN cuenta con el programa IN3 “Innova, Integra, Incuba” el cual es una propuesta de incubación extramuros perteneciente a la Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social a través del Programa Emprendedor que busca acompañar a estudiantes y egresados en el proceso de la puesta en marcha de sus iniciativas empresariales, complementando de manera extracurricular, brindando asesorías y acompañamiento profesional en la creación de las empresas.⁶³

5.1.2 Mujer emprendedora de alto impacto. Este año la Universidad EAN ofreció gratuitamente el Diplomado en Emprendimiento Femenino de Alto Impacto en el cual participaron 30 emprendedoras y empresarias eanistas. Fueron seleccionadas de un grupo de 90 postulantes para participar en el programa con beca completa otorgada por la Universidad EAN. El objetivo de dicho programa estuvo orientado, primordialmente, a fortalecer el emprendimiento femenino de alto impacto y estimular la identificación de oportunidades de negocio de alto valor agregado, a través de un proceso de formación y acompañamiento dirigido tanto para empresarias como para intra emprendedoras.⁶⁴

⁶² <http://ean.edu.co/>

⁶³ UNIVERSIDAD EAN. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en http://www.ean.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=764&Itemid=279Z

⁶⁴ UNIVERSIDAD EAN. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en http://www.ean.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&Itemid=%20&id=2347:diplo_mado-de-emprendimiento-femenino-de-alto-impacto-por-universidad-ean&catid=70:noticias-destacadas

5.2 UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA⁶⁵

5.2.1 UEI. La Unidad de Emprendimiento UEI está adscrita a la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Universidad Nacional de Colombia y tiene por objetivo estimular y apoyar las actividades relacionadas con el emprendimiento y la creación de empresa, por parte de los integrantes de la comunidad universitaria. Está conformado por un equipo interdisciplinario altamente calificado para realizar actividades de motivación y sensibilización hacia el emprendimiento, capacitar en temas afines a la creación de empresas y asesorar las ideas y planes de negocio que tienen los estudiantes y egresados de esta institución.⁶⁶

5.2.2 Consultorio empresarial. Surge como parte del Programa de Proyección Profesional de la Dirección de Bienestar de la Universidad Nacional de Colombia constituyéndose en una de sus líneas de acción. La idea de generar espíritu empresarial dentro de los estudiantes y egresados de la Universidad como alternativa ocupacional se apoya en la realización en el año 99 de la conferencia “Creación de empresa” con la participación de la Cámara de Comercio de Bogotá, así como con las acciones adelantadas con el SENA.

En el consultorio empresarial se puede encontrar la Guía de servicios empresariales para nuevos emprendedores (as), es una publicación de difusión gratuita diseñada por el Consultorio Empresarial de la Dirección de Bienestar de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá, para orientar la búsqueda y el uso de instrumentos y servicios de apoyo técnico por parte de miembros de la comunidad universitaria como soporte al proceso de creación y fortalecimiento de

⁶⁵ <http://unal.edu.co/>

⁶⁶ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.emprendimiento.unal.edu.co/inicio/uei>

empresas. Además en la guía de servicios empresariales se encuentra anexo de directorio de organizaciones de apoyo al emprendimiento.

El trabajo llevado a cabo en el Consultorio Empresarial ha generado frutos interesantes. Entre los logros más destacados se encuentran:

- 25 jornadas de Sensibilización para la generación del espíritu emprendedor.
- 2000 personas sensibilizadas directamente.
- 10 empresas constituidas con el apoyo del Consultorio⁶⁷

5.3 UNIVERSIDAD SANTO TOMAS⁶⁸

La Unidad de Emprendimiento de la Universidad Santo Tomas ofrece asesoría continua a las empresas que deseen fortalecer su quehacer diario y a su vez a las que deseen dentro de sus programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) incentivar el emprendimiento en los grupos de interés con los cuales trabajan. Las asesorías que brindan van enfocadas a la realización de planes de negocio, fortalecimiento de los aspectos financieros, contables y de gestión de la empresa y el mejoramiento de la calidad de servicio.⁶⁹

5.4 UNIVERSIDAD DEL NORTE⁷⁰

El Centro de Emprendimiento de la Universidad del Norte fue creado con el objetivo de ejecutar las políticas de emprendimiento de la Universidad, como medida de reclutamiento de proyectos se realiza el concurso Emprende Uninorte

⁶⁷ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.empresarial.unal.edu.co/quienes.html>

⁶⁸ <http://www.usta.edu.co/>

⁶⁹ UNIVERSIDAD SANTO TOMAS. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/index.php/apoyo-proyeccion-social/empresas/apoyo-emprendimiento-empresas/unidad-de-emprendimiento-empresas>

⁷⁰ <http://www.uninorte.edu.co/>

su objetivo fomentar la cultura emprendedora en la comunidad universitaria dirigido a estudiantes de pregrado, postgrado y egresados que tengan ideas de negocio.⁷¹

5.5 UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA⁷²

La Unidad Emprendimiento Empresarial fomenta el espíritu emprendedor en la Universidad de Antioquia, propiciando en la comunidad académica una serie de habilidades, actitudes, valores y características, para que los estudiantes y profesionales sean capaces de actuar, generar nuevos rumbos, ser actores, agentes del cambio y no espectadores de la vida.

La Unidad Emprendimiento Empresarial consta de dos líneas: Educación y Cultura y Gestión de Iniciativas Emprendedoras. Partiendo de estas líneas se prestan los siguientes servicios de acuerdo con las necesidades y características del público objetivo.

- **Información:** Dar a conocer los servicios de emprendimiento, transferencia de tecnología, gestión de la investigación y la innovación.
- **Sensibilización:** Despertar interés y concienciar entre estudiantes y egresados.
- **Formación:** Espacio de enseñanza – aprendizaje de conocimientos, habilidades y motivaciones en materia de emprendimiento.
- **Acompañamiento:** Apoyo y asesoría a dependencias académicas y docentes interesados en incorporar los temas de emprendimiento en el currículo y/o plan de formación.

⁷¹ UNIVERSIDAD DEL NORTE. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.uninorte.edu.co/web//centro-de-emprendimiento>

⁷² <http://www2.udea.edu.co/webmaster/indexudea.html>

La suma de las diversas actividades y programas, han permitido que más de 106.000 personas hayan sido sensibilizadas, más de 23.000 formadas en planes de negocio y contenidos de empresarismo, más de 440 planes de negocio estructurados y en consecuencia, cerca de 200 empresas apoyadas.⁷³

5.6 UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER⁷⁴

5.6.1 UIS emprende. El programa UIS emprende busca Estimular el espíritu emprendedor, la creación de empresas y el fortalecimiento de las mismas, a través del apoyo a estudiantes y egresados de programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado de la Universidad Industrial de Santander en el proceso de formulación, búsqueda de financiación y puesta en marcha de sus proyectos de emprendimiento.

Es importante resaltar que el programa UIS emprende está dirigido a estudiantes o egresados (con fecha de grado de hasta 48 meses antes de la fecha de inscripción en la convocatoria). Los vinculados al programa de emprendimiento, deben suscribir un acta de compromiso y certificación con la universidad. En ella se precisa la autoría de la iniciativa, la responsabilidad del emprendedor de asistir a las actividades programadas de acuerdo a la fase en la cual se clasifica y la construcción del plan de negocios como uno de los principales resultados del proceso de acompañamiento.⁷⁵

⁷³ UNIVERSIDAD ANTIOQUIA. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/BibliotecaProgramas/GestionTecnologica/EmprendimientoEmpresarial/Presentacion>

⁷⁴ <http://www.uis.edu.co/webUIS/es/index.jsp>

⁷⁵ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/documentos/UISEmprende.pdf>

5.7 UNIVERSIDAD ICESI⁷⁶

La universidad ICESI de acuerdo a la expedición de la Ordenanza 316, por la Asamblea Departamental del Valle del Cauca fue contratada por la Secretaría de Cultura del Departamento con el fin de brindar la formulación de unas líneas de base sobre emprendimiento a través del CDEE centro de desarrollo del espíritu empresarial, que permitan posteriormente la formulación de la Política Departamental de Desarrollo Empresarial para el Valle del Cauca.⁷⁷

El Massachusetts Institute of Technology ofreció a la Universidad ICESI desde el año 2012 un prestigioso programa para hacer un mundo mejor a través del uso de la tecnología, El programa MIT AITI es un laboratorio de duración de 7 semanas donde emprendedores tienen la oportunidad de desarrollar proyectos con el fin de encontrar apoyo, este programa está conformado por un grupo interdisciplinario de ingenieros y expertos en emprendimiento del Massachusetts Institute of Technology que promueve el desarrollo en países emergentes de ecosistemas de jóvenes emprendedores en tecnologías móviles.⁷⁸

⁷⁶ <http://www.icesi.edu.co/>

⁷⁷ UNIVERSIDAD ICESI. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en http://www.icesi.edu.co/cdee/innovando_46/politica_regional_de_emprendimiento.php

⁷⁸ LABORATORIO DE EMPRENDIMIENTO Y TECNOLOGÍAS MÓVILES ESTARÁ EN CALI. En: Revista Semana. Mayo, 2013. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.semana.com/nacion/articulo/laboratorio-emprendimiento-tecnologias-moviles-estara-cali/343986-3>

5.8 UNIVERSIDAD DEL ROSARIO⁷⁹

5.8.1 UR emprende. UR Emprende se constituye como un espacio donde estudiantes, egresados, profesores y personal administrativo de la Universidad del Rosario pueden desarrollar sus proyectos de emprendimiento. Uno de los propósitos de UR Emprende es el trabajo en conjunto con otras organizaciones que hacen parte del ecosistema del emprendimiento, es así como hemos realizado más de 58 alianzas con Instituciones a nivel nacional e internacional, que permiten brindar un mejor apoyo a sus emprendedores. A continuación se mencionan programas de UR emprende.

Programas

- **Programa de sensibilización y cultura para el Emprendimiento:** Promueve el emprendimiento como una opción de vida, generando cultura e incentivando a la comunidad Rosarista a crear nuevas oportunidades siendo el Centro de Emprendimiento un ente facilitador y de apoyo para el desarrollo de sus proyectos.
- **Programa Acompañamiento:** Tiene como propósito acompañar a los emprendedores Rosaristas en el desarrollo de sus proyectos por medio de la implementación de herramientas y metodologías innovadoras que generen valor agregado tanto al emprendedor como a sus ideas emprendedoras.⁸⁰

⁷⁹ <http://www.urosario.edu.co/>

⁸⁰ UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.urosario.edu.co/Centro-de-Emprendimiento/>

5.9 UNIVERSIDAD DE LA SABANA⁸¹

Para La Universidad de La Sabana es muy importante apoyar el desarrollo profesional y personal de sus antiguos estudiantes. Para esto, a través de Alumni Sabana – Comunidad de Graduados, genera espacios para que quienes tienen interés en desarrollar su propia empresa, puedan ampliar sus contactos y generar relaciones comerciales o de negocios. En este momento, se encuentra construyendo en un sitio web el directorio de graduados emprendedores, con el fin de dar a conocer las empresas y servicios profesionales que ofrecen los ex alumnos de La Sabana.⁸²

5.10 UNIVERSIDAD DE MANIZALES⁸³

5.10.1 Unidad de emprendimiento y empresarismo. Creada desde el 25 de febrero de 2010, busca la creación y fortalecimiento empresarial tanto en el contexto institucional como en los contextos locales, regionales, nacionales e internacionales, buscando el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones basadas en la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo y articulada con la ley 1014 de 2006.

Los beneficiarios de la unidad de emprendimiento y empresarismo de la Universidad de Manizales son:

- Estudiantes de la Universidad de Manizales de todas las Facultades.
- Emprendedores externos.

⁸¹ <http://www.unisabana.edu.co/>

⁸² UNIVERSIDAD DE LA SABANA. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.unisabana.edu.co/unidades/alumni-sabana/emprendimiento/formulario-directorio-de-emprendedores/>

⁸³ <http://www.umanizales.edu.co/>

- Entidades externas.
- Docentes de la Universidad de Manizales.
- Egresados de la Universidad.⁸⁴

⁸⁴ UNIVERSIDAD DE MANIZALES [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en <http://www.umanizales.edu.co/u/launiversidad/emprendimiento/html/beneficios.html>

6. IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO UIS DE PREGRADO PRESENCIAL

6.1 DESARROLLO METODOLÓGICO

A partir de la revisión de literatura realizada en las bases de datos científicas de alto impacto, la cual corresponde a fuentes relacionadas con la problemática de este estudio se identificaron las metodologías utilizadas en proyectos del perfil emprendedor evaluando su aplicación para el caso concreto de los egresados de la UIS.

Asimismo, se realiza una consulta bibliográfica que aborda aspectos estadísticos en el análisis de la información obtenida.

6.2 PREPARACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

6.2.1 Tipo de estudio. El presente estudio corresponde a una investigación de carácter descriptivo, donde se miden los datos recolectados para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las características del perfil emprendedor del egresado UIS con base en la información obtenida a partir de la revisión literaria, y de carácter transversal ya que el instrumento se aplica durante un solo momento temporal.

6.2.2 Determinación de la información necesaria. En la investigación se identifica la necesidad de información de fuentes secundarias correspondiente al total acumulado de los estudiantes graduados en programas de pregrado a marzo 25 de 2014, información suministrada por la oficina de Planeación de la Universidad Industrial de Santander.

Asimismo, con el objeto de identificar y estructurar el perfil emprendedor se hace necesaria la información suministrada en el instrumento enviado a los egresados de pregrado presencial.

6.2.3 Diseño del cuestionario preliminar. Ya identificadas y consolidadas las características de los emprendedores en general, se procede a diseñar el instrumento de recolección de datos a partir de la identificación de encuestas que se han utilizado en estudios similares. La encuesta fue diseñada con dos tipos de preguntas: Preguntas abiertas con información puntual y preguntas cerradas con opción múltiple como los test aplicados y validados en la literatura encontrada. El cuestionario preliminar se encuentra en el ANEXO C.

6.3 APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO

Con el fin de validar el instrumento para recolectar los datos, el diseño preliminar fue sometido a una prueba piloto aplicado a estudiantes y profesores de posgrado de la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales que eran egresados de la UIS. Se entregaron en físico los formularios a 30 personas, éste llevaba anexó el consentimiento informado (ANEXO D), en el cual se explica el objetivo de la investigación, como iba ser el procedimiento, como sería el tratamiento de la información, los riesgos, los beneficios y la confidencialidad de la información, haciendo énfasis en que la información suministrada era de manera voluntaria y que el sujeto estaba en su derecho de responder o no la encuesta. Al finalizar la lectura del documento, se le solicita la autorización al participante para que los

datos puedan ser utilizados para la realización de productos de investigación relacionados con este proyecto y solo cuando acepta ser parte del estudio, se procede a realizar la encuesta. Cuatro personas no aceptaron participar de la investigación y entregaron las encuestas, se respetó la decisión autónoma de no ser partícipes de esta investigación.

6.3.1 Estructura del cuestionario final. A partir de la información obtenida en la prueba piloto se hacen unas pequeñas correcciones al formulario.

El cuestionario final que se encuentra en el ANEXO E está estructurado como se presenta a continuación:

- **Objetivo:** objetivo general del proyecto de investigación.
- **Consentimiento informado:** tiene como finalidad proveer a los participantes de la investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.
- **Datos de identificación:** información personal del encuestado por ejemplo el género, la edad y la educación, es de aclarar que no se solicita nombre del encuestado con el fin de respetar el anonimato.
- **Características del perfil emprendedor 1:** Test tomado de la General Self-Efficacy Scale (GSE: Schuarzer & Jesuralem, 1995) para evaluar la autoeficacia. Tiene una escala de 1 a 4 donde 1 es incorrecto, 2 apenas cierto, 3 más bien cierto y 4 cierto.
- **Características del perfil emprendedor 2:** Test del Inventario de Personalidad de Jackson, permite evaluar las características: locus de control interno, carácter innovador y toma de riesgo. Se debe indicar verdadero o falso.
- **Entorno para la creación de empresas:** información del entorno relacionada con la familia, la formación emprendedora y las entidades que brindan apoyo en la creación de empresas.

- **Preguntas para egresados emprendedores:** experiencia laboral previa a la creación de la empresa y las características de la(s) empresa(s) creada(s).

6.4 DISEÑO DEL FORMATO VIRTUAL DE LA ENCUESTA

Para el diseño del formato virtual se utiliza la herramienta google drive que permite estructurar la encuesta on-line gratuita, publicarla en la web y/o enviar el enlace que permite el acceso al formulario al correo electrónico, y obtener las respuestas en un archivo XLS (hoja de cálculo).

Inicialmente, en la encuesta online las personas leen el consentimiento informado y pueden tomar la decisión de aceptar o no el diligenciamiento de la encuesta, si la decisión es “no” inmediatamente se abre una ventana agradeciendo su colaboración y finaliza la encuesta. Posteriormente van apareciendo las preguntas de la encuesta referentes a cada sección, algunas exclusivas según las respuestas que va dando el participante para no someterlo a aquellas que no son relevantes según su caso. Para terminar, se asignó un ítem para que los participantes que deseen diligencien de manera voluntaria y opcional su correo electrónico con el fin de que puedan obtener los resultados de la investigación como beneficio de su participación.

El siguiente link permite el acceso a la “Encuesta para el análisis y elaboración del perfil emprendedor del egresado de la Universidad Industrial de Santander”:
https://docs.google.com/forms/d/1Yre-QlnqxoXOq1JC1IEcZATAFsogYFIRawN6SvwuBdQ/viewform?usp=send_form

6.5 RECOLECCIÓN DE DATOS

La población objeto de estudio son los estudiantes graduados de los programas de pregrado presencial de la Universidad Industrial de Santander, siendo un total acumulado a marzo de 2014 de 42.068 personas.

El tamaño de muestra se calcula a partir de la fórmula de tamaño de muestra para una población finita:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población

$Z_{\alpha} = 1.96$ (nivel de confianza 95%)

p = proporción esperada (en este caso 50%)

q = 1 – p

d = precisión (en este caso 5%)

$$n = \frac{42068 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (42068 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 380.69$$

$$n = 381$$

Se encuentra que al aplicar la fórmula de muestra de población finita el número de personas que debe diligenciar la encuesta es de 381. Se decide realizar muestreo por conveniencia para la aplicación del instrumento debido a la dificultad de realizar un muestreo probabilístico el cual sería el ideal, este se basa en el principio equiprobabilidad es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen

la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra. Sin embargo la disponibilidad y accesibilidad de los egresados no permite llevarlo a cabo.

El muestreo por conveniencia se denomina muestra de voluntarios, y se utiliza si el investigador necesita que los posibles participantes se presenten por sí mismos, este muestreo es fácil y eficiente, sin embargo las muestras no son representativas de ninguna población, no se puede generalizar a ninguna población, se emplea en la investigación de exploración para generar ideas, razonamientos o hipótesis, únicamente se puede dar conclusiones del número de participantes en el estudio.⁸⁵

La encuesta se hizo llegar abiertamente a los egresados a través del Programa Institucional de Egresados UIS, la Asociación de Egresados ASEDUIS y las diferentes direcciones de las Escuelas de la Universidad. Se dio inicio a este trabajo de campo el primero de septiembre de 2014 y fue dado por terminado al final del mismo mes.

Si bien la investigación planteada va dirigida únicamente a egresados de pregrado presencial UIS, el primer día de aplicación de la encuesta online esta se modificó para no excluir a los egresados de los programas a distancia, dado que la encuesta fue enviada por las bases de datos con las que cuentan las oficinas de Relaciones Exteriores y ASEDUIS - capítulos Bucaramanga y Bogotá - donde la información se comparte a todos los egresados de la universidad incluyendo los egresados de los programas a distancia del IPRED. Para esto, en la pregunta de la sección “Datos de Identificación” referente al programa de pregrado cursado en la UIS, se anexaron todas las carreras profesionales que tiene la universidad sin discriminar entre aquellas presenciales o virtuales. En total se recolectaron 417

⁸⁵ CRESPO, María Cristina y SALAMANCA, Ana Belén. El muestreo en la investigación. Nure Investigación, no. 77 (Marzo-Abril 2007). Disponible en internet: http://www.nureinvestigacion.es/ficheros_administrador/f_metodologica/fmetodologica_27.pdf

encuestas, donde 23 fueron diligenciadas por egresados de los programas a distancia.

6.6 CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

La consistencia del instrumento se puede comprobar a través de diferentes métodos estadísticos tales como el coeficiente alfa de Cronbach, existe buena consistencia interna cuando el valor de alfa es superior a 0.7. En la tabla 2, se muestra el nivel de fiabilidad con determinado coeficiente de confiabilidad.

Tabla 2. Escala de interpretación de la magnitud del coeficiente de confiabilidad de Cronbach

Coeficiente de confiabilidad	Nivel de confiabilidad
0.01 a 0.02	Muy baja
0.21 a 0.04	Baja
0.41 a 0.60	Moderada
0.61 a 0.80	Alta
0.81 a 1.00	Muy alta

Fuente: CORRAL, Yadira. Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos

Con los resultados obtenidos de la aplicación de la versión final del instrumento de medición, se mide la consistencia interna del cuestionario a través del coeficiente alfa de Cronbach, para este análisis se utiliza el Software SPSS. En la tabla 3, se muestra el coeficiente de Cronbach para los test con los cuales se evaluaron las características del perfil emprendedor.

Tabla 3. Alfa de Cronbach por test con los cuales se evaluaron las características del perfil emprendedor

Característica	Número de elementos	Alfa de Cronbach
Locus de control interno	20	0.599
Carácter innovador	8	0.625
Aversión al riesgo	20	0.766
Autoeficacia	10	0.896

De acuerdo con la tabla 3, el coeficiente alfa de Cronbach del test para evaluar la característica de autoeficacia es mayor a 0.81, lo cual indica un nivel muy alto de confiabilidad. Asimismo, el test para aversión al riesgo y carácter innovador tienen un nivel de confiabilidad alto dado que el coeficiente es mayor a 0.61, y el test de locus de control es moderadamente confiable con un coeficiente mayor a 0.41. De esta manera, se deduce que el instrumento de medición es confiable.

6.7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La tabulación de la información recolectada se llevó a cabo en tres ejes fundamentales de la siguiente forma: un primer análisis de tipo descriptivo donde se tabularon y graficaron los porcentajes de las respuestas para las preguntas relacionadas con las características definidas en el cuestionario con su respectiva interpretación.

El segundo es un análisis multivariable para determinar la relación de la intención emprendedora con las características demográficas, el capital humano, las características psicológicas y el entorno que según la literatura influyen en el perfil del emprendedor.

Posteriormente, se utiliza un modelo probit para explicar si las características definidas anteriormente en el capítulo 2.3 influyen en la intención por crear empresas del egresado UIS.

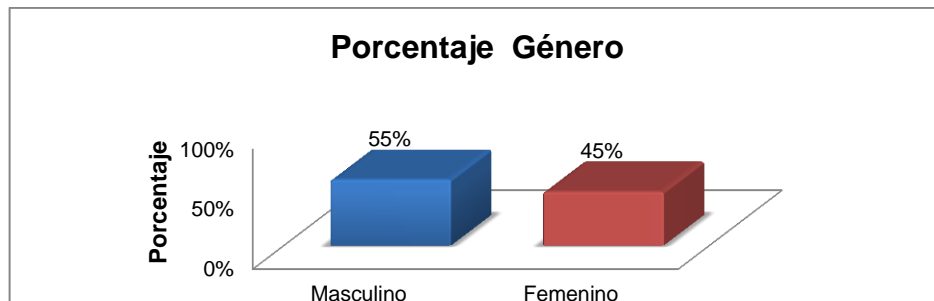
6.7.1 Análisis descriptivo

6.7.1.1 Características demográficas

- **Género**

La figura 2 muestra que el 55% de los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio son hombres y el 45% son mujeres.

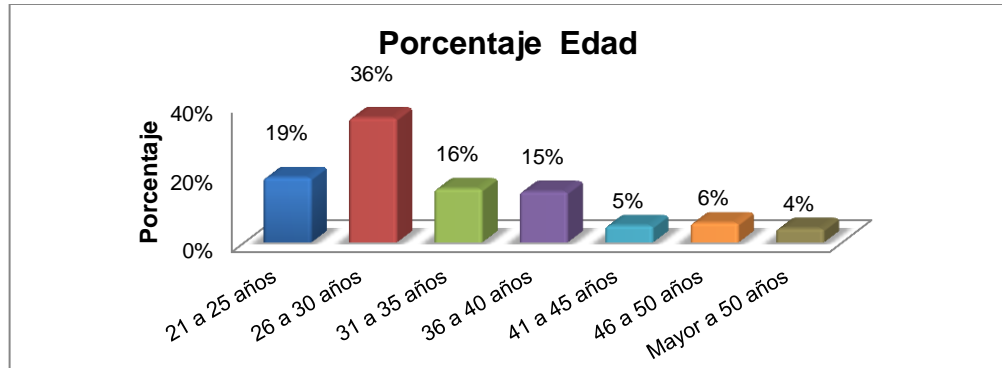
Figura 2. Porcentaje del género de los egresados de pregrado presencial



- **Edad**

Se observa en la figura 3 que el 36% de los egresados de pregrado presencial crearon la empresa entre las edades de 26 a 30 años, el 19% entre las edades de 21 a 25, el 16% entre 31 a 35 años y el 15% entre las edades de 36 a 40 años. El 6% crearon la empresa entre los 46 a 50 años, el 5% entre los 41 a 45 años y el 4% eran mayores a 50 años.

Figura 3. Porcentaje de edad de los egresados de pregrado presencial en el momento de la construcción de la empresa

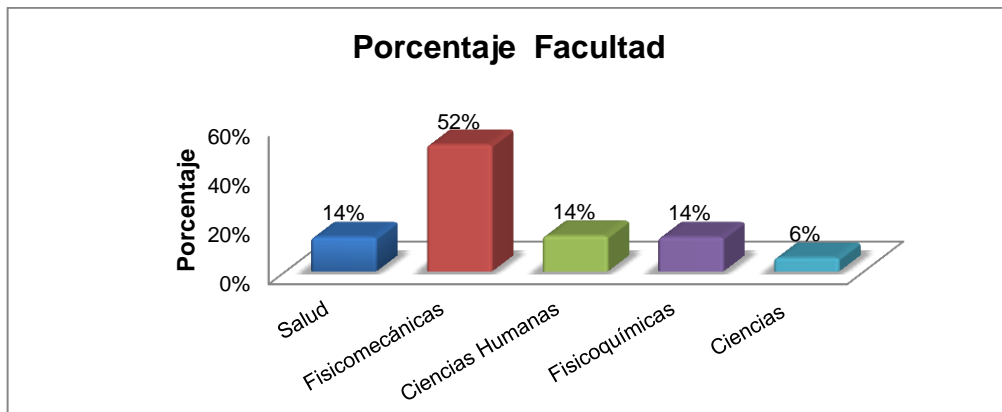


6.7.1.2 Capital humano

- **Educación**

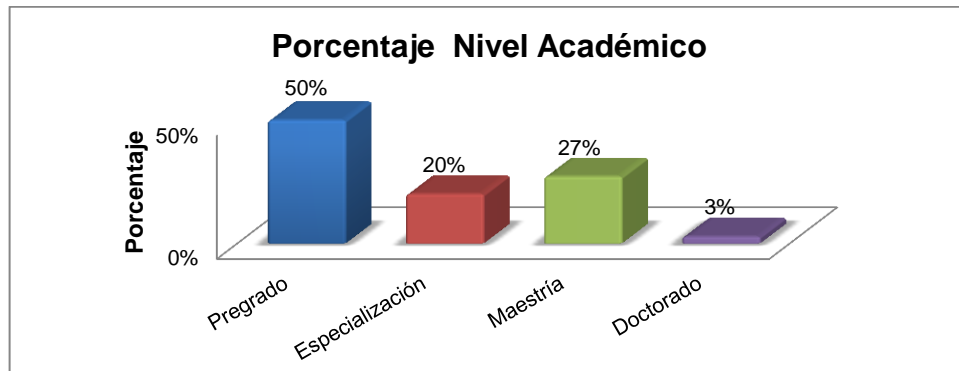
De los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio el 52% cursó un programa académico de la facultad de Ingenierías fisicomecánicas, el 14% de la facultad de Salud, asimismo el 14% cursó un programa de la facultad de Ingenierías fisicoquímicas. De los demás participantes, el 14% cursó carreras pertenecientes a la facultad de Ingenierías fisicoquímicas y el 6% carreras de las Ciencias básicas.

Figura 4. Porcentaje de egresados de pregrado presencial por facultad



El nivel académico que predomina en los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio es: pregrado con un 50% seguido por maestría 27%. El 20% de los egresados han obtenido un título de especialización y el 3% de Doctorado.

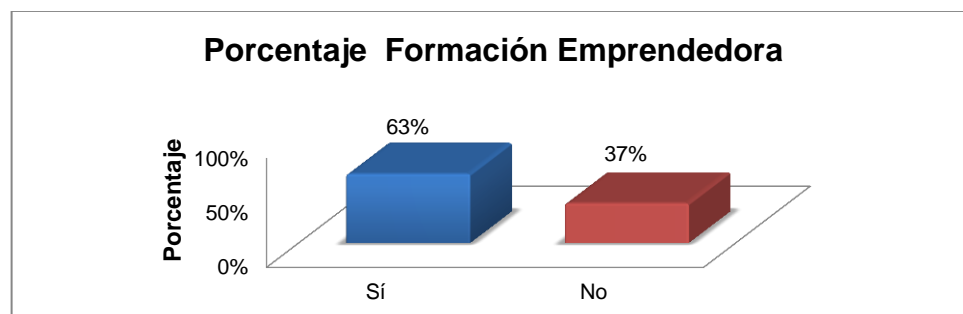
Figura 5. Porcentaje de nivel académico de los egresados de pregrado presencial



- **Formación**

El 63% de los egresados que participaron en el estudio manifiesta que recibió algún tipo de formación emprendedora tales como: cursos de una duración menor o igual a 20 horas, cursos o diplomados de una duración entre 20 y 120 horas, cursos o diplomados de una duración igual o mayor a 120 horas, y/o asignaturas o electivas de su plan de estudios.

Figura 6. Porcentaje de formación emprendedora de los egresados de pregrado presencial



En la figura 7 se observa que los egresados que participaron en el estudio y crearon empresa el tipo de formación emprendedora que recibieron fueron las asignaturas o electivas de su plan de estudios, cursos de una duración menor o igual a 20 horas y/o cursos o diplomados de una duración entre 20 y 120 horas, y de los egresados que no han creado empresa prima el no he recibido formación emprendedora.

Se evidencia en la figura 8 que de los egresados que participaron en el estudio tanto los que crearon empresa de base tecnológica como los que crearon empresa de otro tipo, recibieron formación emprendedora en asignaturas o electivas de su plan de estudios.

Figura 7. Tipo de formación emprendedora intención emprendedora

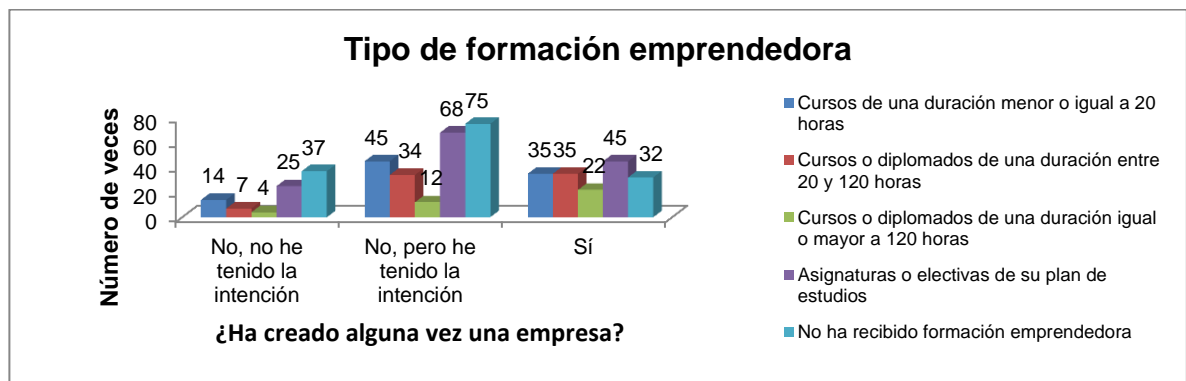
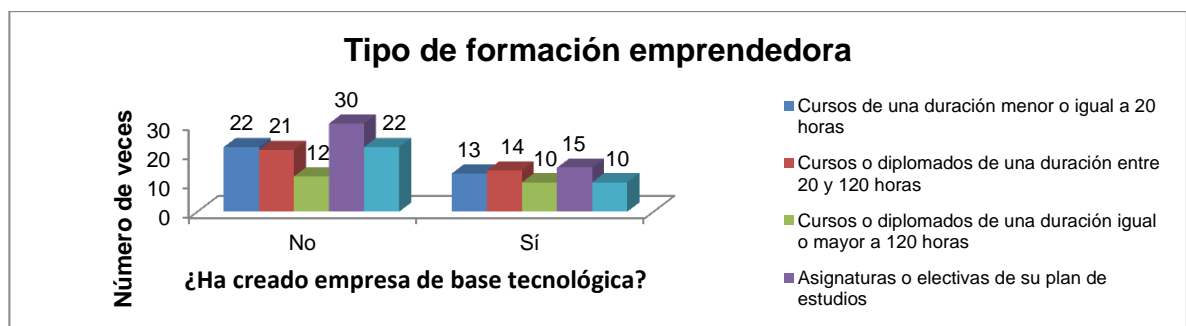


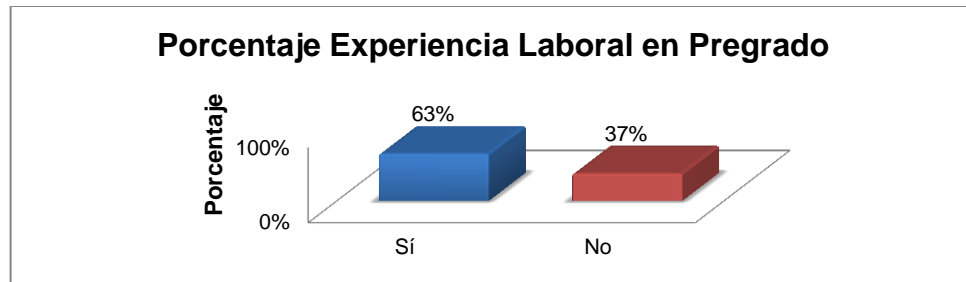
Figura 8. Tipo de formación emprendedora empresa de base tecnológica



- **Experiencia**

De los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio el 63% trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado.

Figura 9. Porcentaje de los egresados de pregrado presencial con experiencia laboral en pregrado



6.7.1.3 Características psicológicas

- **Locus de control interno**

El 61% de los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio tienen un locus de control medio bajo, el 29% tienen un locus de control medio alto, el 19% tiene un locus de control bajo y el 1% tiene un locus de control alto.

- **Carácter innovador**

Se puede evidenciar que de los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio el 43% presentan un nivel medio alto en carácter innovador, el 32% un nivel alto, el 22% medio bajo y el 3% un nivel bajo.

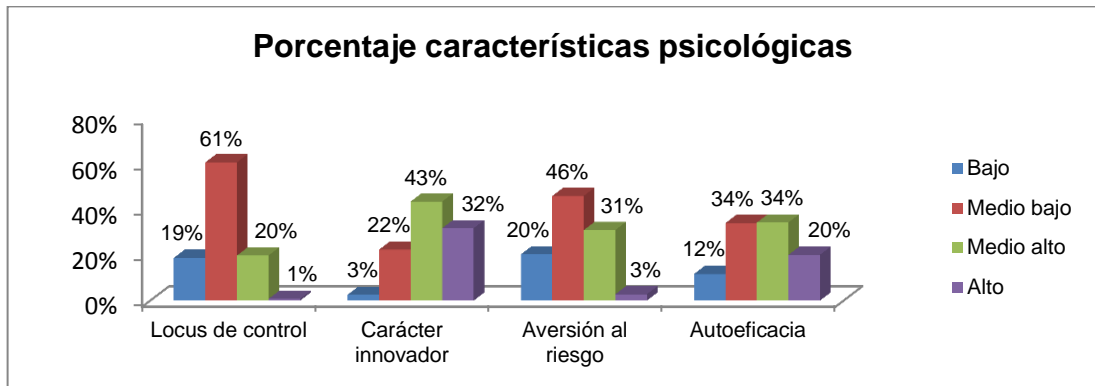
- **Toma de riesgo**

Como se observa en la figura 10, el 46% de los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio tienen un nivel medio bajo de aversión al riesgo, el 31% tienen un nivel medio alto, el 20% tiene un nivel bajo de aversión al riesgo y el 3% tiene un nivel alto.

- **Autoeficacia**

El 34% de los egresados de pregrado presencial presenta un nivel de autoeficacia medio alto, el 34% medio bajo, el 20% alto y el 12% bajo.

Figura 10. Porcentaje características psicológicas

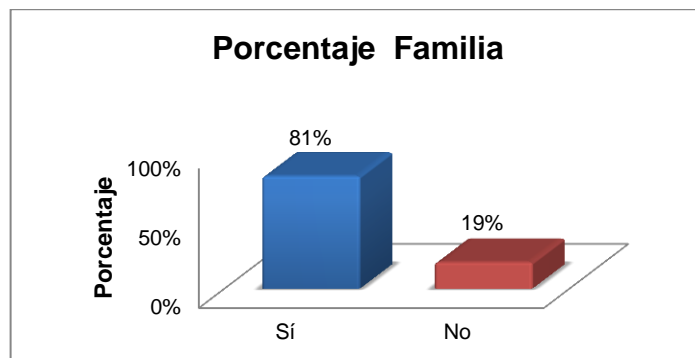


6.7.1.4 Entorno

- **Familia**

Como se presenta en la figura 11, el 81% de los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio afirma que existe algún miembro de su familia (padres, hermanos, abuelos, tíos, bisabuelos y/o primos) que ha creado empresa.

Figura 11. Porcentaje de egresados de pregrado presencial que cuentan con familia emprendedora

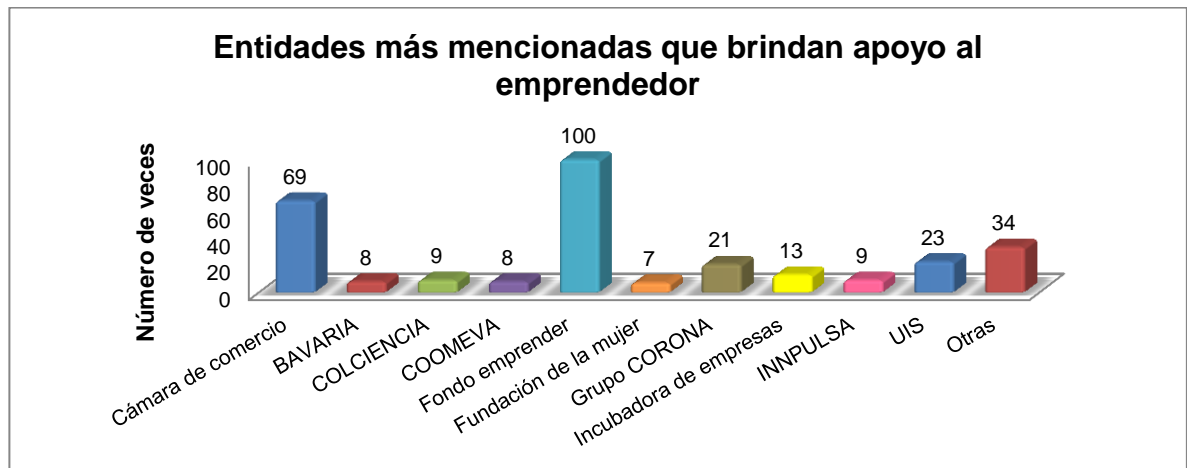


- **Entidades que brindan apoyo al emprendimiento**

En la figura 12 se evidencia que de acuerdo a las personas que participaron, 100 veces fue nombrado el Fondo emprendedor siendo la entidad más mencionada que brinda apoyo al emprendedor, seguida a ella en segundo lugar como las más mencionada se encuentran las Cámaras de comercio, en tercer lugar con 23

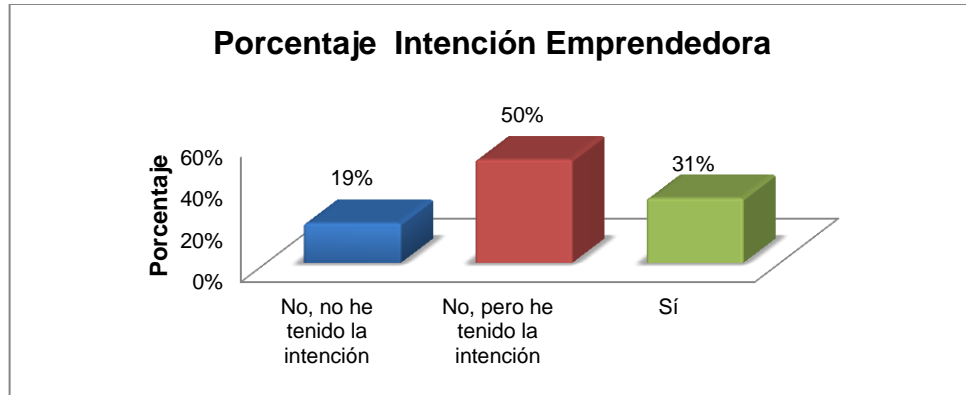
veces nombrada se encuentra la UIS y en cuarto lugar con 21 veces mencionada se encuentra el Grupo Corona. Se observa que hay otras entidades las cuales tiene menos de 20 veces nombradas entre las que se ubican Incubadora de empresas, COLCICENCIA, INNNPULSA, BAVARIA, COOMEVA, Fundación de la mujer, entre otras.

Figura 12. Entidades más mencionadas que brindan apoyo al emprendedor



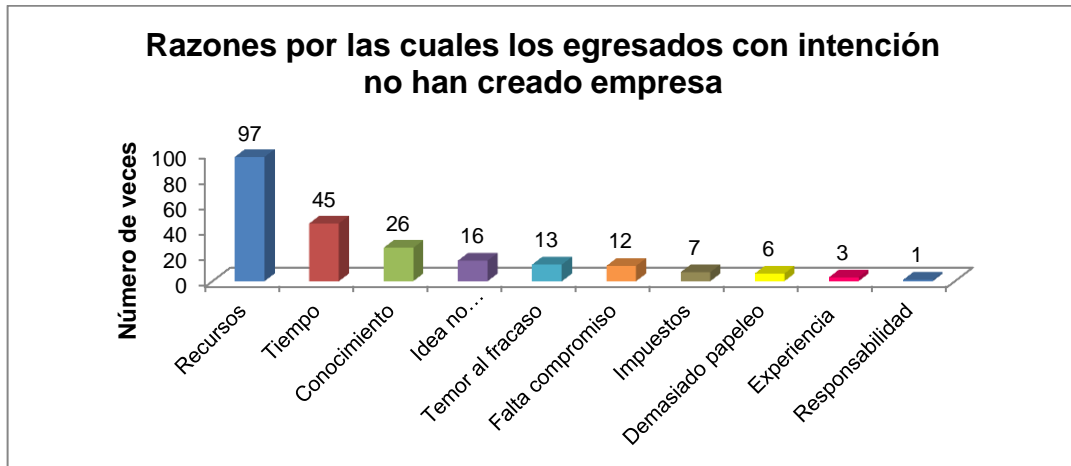
6.7.1.5. Intención emprendedora. El 50% de los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio no ha creado empresa pero ha tenido la intención, el 31% ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s), y el 19% no ha creado empresa y no ha tenido la intención.

Figura 13. Porcentaje de intención emprendedora de los egresados de pregrado presencial



La figura 14 muestra las razones por las cuales los egresados que han tenido la intención de crear empresa no lo han hecho. La mayoría de egresados manifiestan que no han llevado a cabo sus intenciones de emprendimiento debido a la falta de recursos y la disponibilidad de tiempo.

Figura 14. Razones por las cuales los egresados con intención no han creado empresa



6.7.1.6 Empresas de base tecnológica. Actualmente, el emprendimiento tecnológico es un tópico de primordial interés como un factor relevante en la creación de riqueza en países desarrollados, tanto a nivel individual como regional (Venkataraman (2004)).⁸⁶

Las compañías basadas en tecnología son aquellas en las cuales sus productos o servicios que se ofrecen en el mercado involucran algún nivel tecnológico, sea éste incremental o radical (Allen (2003)).⁸⁷ Autio (1995) y Yli-Renko (1999) han estudiado las nuevas empresas de base tecnológica, la definición de este último es la siguiente: "No tienen más de 10 años de edad; son independientes, es decir, no subsidiarias de otras empresas; y basan su negocio en la explotación de sus recursos tecnológicos, es decir, son activos en el desarrollo, fabricación, o la comercialización de la tecnología."⁸⁸

Existen dos tipos de tecnologías se pueden identificar, las tecnologías radicales o destructivas son revolucionarias en el sentido de que ellas hacen que tecnologías previas se queden obsoletas y, por el contrario, las tecnologías incrementales o de sostenimiento son aquellas que incluyen fundamentalmente el mejoramiento de tecnologías existentes (Allen (2003)). Cabe anotar que el término tecno-emprendimiento implica la noción de una actividad tecnológica y emprendedora.

⁸⁶ RUOKOLAINEN, Jari y MÄKELÄ, Markus M. Constructing a market domain model for start-up software technology companies: A case study. [online] Journal of Engineering and Technology Management, vol. 24, no. 3 (September 2007), p. 186-202. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0923474807000227>

⁸⁷ IZQUIERDO, Edgar. Impacto de los graduados de ESPOL en la creación de empresas basadas en tecnología en la ciudad de Guayaquil y sus áreas de influencia. [online] Disponible en Internet: http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/documentos_trabajo/entrepreneurship/ImpactoGraduados.pdf

⁸⁸ RUOKOLAINEN, Jari y MÄKELÄ, Markus M. Constructing a market domain model for start-up software technology companies: A case study. [online] Journal of Engineering and Technology Management, vol. 24, no. 3 (September 2007), p. 186-202. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0923474807000227>

Los estudios académicos de la iniciativa empresarial de base tecnológica comenzaron en la década de 1960 (Roberts (2004)), si bien la literatura reciente sobre la "universidad emprendedora" y el emprendimiento académico se ha centrado en la transferencia de tecnología entre la universidad, las empresas spin-off, y los empresarios de la facultad, por ejemplo Dahlstrand (1997), Digregorio y Shane (2003), Etzkowitz (1998), Etzkowitz (2003), Nicolau y Birley (2003), Vohora (2004).⁸⁹

Según Kourilsky y Walstad (2002), muchos de los emprendedores que han incursionado en el negocio de alta tecnología lo hicieron porque identificaron una oportunidad, lo cual ha ocurrido frecuentemente por la experiencia adquirida en una actividad o trabajo anterior.⁹⁰

Muchos otros emprendedores nacieron por haber tenido una idea tecnológica o haber inventado un nuevo sistema tecnológico que quisieron ofrecerlo en el mercado, o porque ellos identificaron un nicho o una necesidad insatisfecha en el mercado y que lo hicieron en el momento oportuno (Kourilsky y Walstad (2002)). Estos investigadores encontraron también que otros individuos han emprendido en nuevos negocios de su afición tecnológica o por el interés y el conocimiento en su campo de interés.⁹¹

⁸⁹ HSU, David H. ROBERTS, Edward B. y EESLEY, Charles E. Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT. [online] Research Policy, vol. 36, no. 5 (June 2007), p. 768-788. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733307000728>

⁹⁰ RUOKOLAINEN, Jari y MÄKELÄ, Markus M. Constructing a market domain model for start-up software technology companies: A case study. [online] Journal of Engineering and Technology Management, vol. 24, no. 3 (September 2007), p. 186-202. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0923474807000227>

⁹¹ RUOKOLAINEN, Jari y MÄKELÄ, Markus M. Constructing a market domain model for start-up software technology companies: A case study. [online] Journal of Engineering and Technology Management, vol. 24, no. 3 (September 2007), p. 186-202. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0923474807000227>

Indudablemente, estamos viviendo en una era en la cual la tecnología y el conocimiento marcan los pasos de la economía mundial. En las últimas décadas, el ambiente tecnológico en el que crecen y se desenvuelven los niños y jóvenes permite que ellos visualicen más oportunidades de negocio que en el pasado.

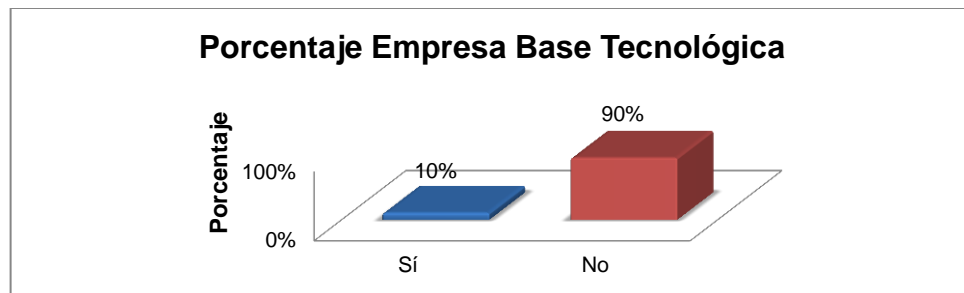
Entonces, no es sorprendente ver que muchos jóvenes demuestran un creciente interés en crear compañías basadas en tecnologías. El hecho de que ellos hayan crecido usando computadoras, utilizando todo tipo de dispositivos de comunicación, así como haciendo uso del Internet para enviar e-mails y buscando información de interés es vital para un continuo movimiento de la actividad tecnoprendedora (Kourilsky y Walstad (2002)).⁹²

En la última década el emprendimiento tecnológico es un tópico de primordial interés como un factor relevante en la creación de riqueza en países desarrollados, tanto a nivel individual como regional (Venkataraman (2004)), consecuentemente es interesante identificar el perfil del egresado UIS que ha creado empresas de base tecnológica, dado que estas organizaciones son las de mayor impacto en el crecimiento económico en un país.

Como se observa en la figura 15, de los egresados de pregrado presencial que participaron en el estudio el 10% ha creado empresa de base tecnológica.

⁹² RUOKOLAINEN, Jari y MÄKELÄ, Markus M. Constructing a market domain model for start-up software technology companies: A case study. [online] Journal of Engineering and Technology Management, vol. 24, no. 3 (September 2007), p. 186-202. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0923474807000227>

Figura 15. Porcentaje de egresados de pregrado presencial que ha creado empresa de base tecnológica



6.7.1.7 Información de las empresas creadas. De la información obtenida a partir de la aplicación del cuestionario final y como se encuentra en el ANEXO F, el 34% de los egresados que participaron en el estudio y crearon empresa lo hicieron entre el año 2011-2015. El departamento en el cual fueron creadas la mayoría de las empresas (70%) fue Santander. Solamente el 14% de los egresados que crearon empresa contó con apoyo de entidades como Cámara de comercio, incubadora de empresas y el Sena. Según la actividad económica, el 61% de las empresas creadas se clasifica en servicios, el 84% son microempresas, 80% fue constituida legalmente ante la Cámara de Comercio y solamente el 61% funcionan actualmente.

6.7.2 Análisis multivariable. Una de las técnicas multivariadas que se aplica en este estudio es el análisis de correspondencia con el fin de determinar la relación de dependencia o independencia entre la intención emprendedora y los diferentes factores que influyen en el perfil del emprendedor, a partir del nivel de significancia y la gráfica de normalización simétrica.

Asimismo, se presentan las tablas de contingencia para definir la asociación entre las variables utilizando el coeficiente V de Cramer, el cual se analiza de la siguiente manera:

- $0.0 < V \text{ de Cramer} \leq 0.2$: Intensidad de asociación *baja* entre la variable

dependiente (intención emprendedora) y la variable independiente.

- $0.2 < V$ de Cramer ≤ 0.3 : Intensidad de asociación *media* entre la variable dependiente (intención emprendedora) y la variable independiente.
- $0.3 < V$ de Cramer ≤ 1.0 : Intensidad de asociación *alta* entre la variable dependiente (intención emprendedora) y la variable independiente.⁹³

6.7.2.1 Características demográficas

• Género

En la tabla 4 se evidencia que el 55% de los encuestados eran hombres de los cuales 40% han creado empresa, además se observa que 45% de los participantes eran mujeres donde 20% han creado empresa, por tanto se puede concluir que de acuerdo a lo revisado en la literatura los hombres presentan una proporción mayor comparado con las mujeres que han creado empresa, sin embargo en la tabla las mujeres tienen mayor intención emprendedora, pero como se menciona en la literatura revisada las mujeres no materializan sus ideas debido a sus ocupaciones en el hogar y trabajo. El coeficiente de Cramer es 0,208 con lo cual se evidencia una intensidad de asociación media entre las variables.

Tabla 4. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Género

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	17%	22%	19%
	No, pero he tenido la intención	44%	58%	50%
	Sí	40%	20%	31%
Total		55%	45%	100%

Fuente: SPSS Statistics

⁹³ FIERRO, Jaime. Análisis estadístico univariado, bivariado y variables control. Chile, 2010. Disponible en: <http://chitita.uta.cl/cursos/2012-1/0000104/recursos/r-25.pdf>

- **Edad**

En nuestro estudio se evidencia que el rango con mayor porcentaje 36% es de 26 a 30 años el cual se encuentra entre el intervalo de GEM, también es importante resaltar que el 86% de los que han creado empresa de nuestros encuestas se encuentra en los 21 y 40 años.

Tabla 5. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Rango de edad en el momento de la construcción de la empresa

		Seleccione el rango de su edad en el momento de la constitución de la empresa							Total
		21 a 25 años	26 a 30 años	31 a 35 años	36 a 40 años	41 a 45 años	46 a 50 años	Mayor a 50 años	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	Sí	19%	36%	16%	15%	5%	6%	4%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Años de egresado**

En la tabla 6 se puede observar que hay una relación directamente proporcional entre la creación de empresas y los años de egresado, puesto que los participantes graduados entre los 0 a 5 años el 21% crearon empresa, de los graduados entre los 6 a 10 años el 22% crearon empresa, entre los 11 a 15 años el porcentaje de creación es de 31%, entre 16 a 20 años es de 40%, por último con una proporción significativa de 67% los graduados con más de 20 años de egresado, lo cual evidencia que el porcentaje de creación va aumentando con los años.

Tabla 6. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Años de egresado

		Años de egresado					Total
		0 a 5 años	6 a 10 años	11 a 15 años	16 a 20 años	Mayor a 20 años	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	20%	26%	19%	16%	10%	19%
	No, pero he tenido la intención	59%	52%	51%	44%	23%	50%
	Sí	21%	22%	31%	40%	67%	31%
Total		43%	21%	15%	6%	15%	100%

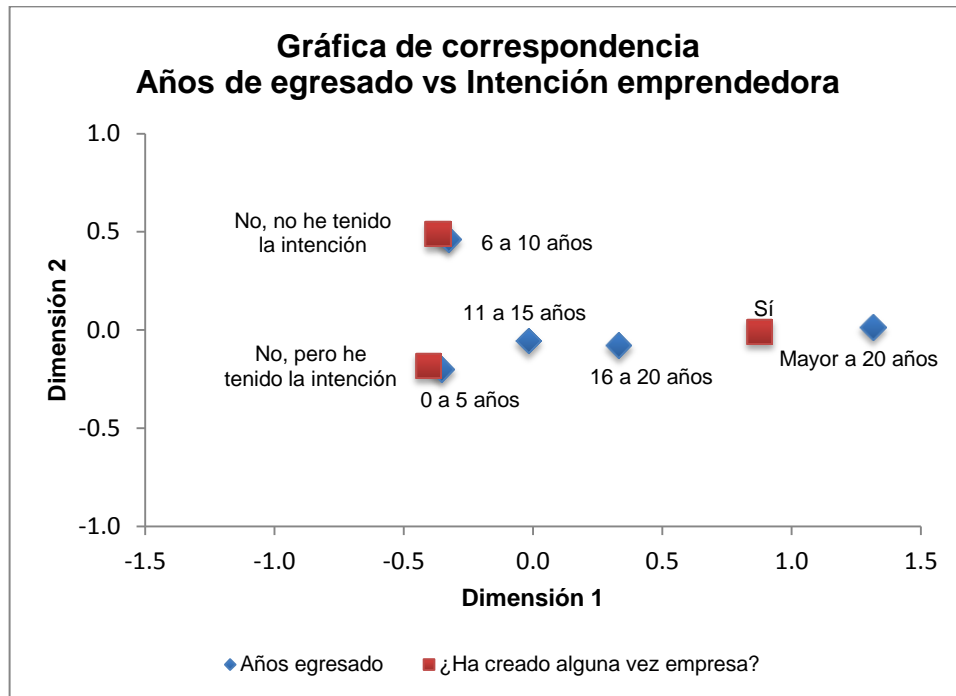
Fuente: SPSS Statistics

Se evidencia un coeficiente de cramer con un valor de 0.248 con lo cual se puede concluir que existe una intensidad de asociación media entre la variable de años de egresado e intención emprendedora puesto que es mayor que 0.2.

En figura 16 se evidencia una relación entre el rango de egresado de 0 a 5 años con la intención emprendedora y del rango de 6 a 10 años con la no intención emprendedora, también se puede observar que el rango de mayor a 20 años tiene relación con la creación de empresas.

El nivel de significancia es $0.00 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula de independencia y se acepta la dependencia entre las variables años de egresados y la intención emprendedora.

Figura 16. Gráfica normalización simétrica años de egresado vs años de egresado



Fuente: SPSS Statistics

6.7.2.2 Capital humano

- **Educación**

Se evidencia que las facultades de ciencias, ingenierías fisicomecánicas y salud tienen mayor porcentaje de personas que han creado empresa de acuerdo a la proporción de participación de cada una de las facultades. Asimismo se observa que de la facultad de ciencias humanas únicamente un 18% ha creado empresa, lo cual es relativamente bajo al comparar este porcentaje con el porcentaje de creación de empresas de las demás facultades.

Tabla 7. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Facultad

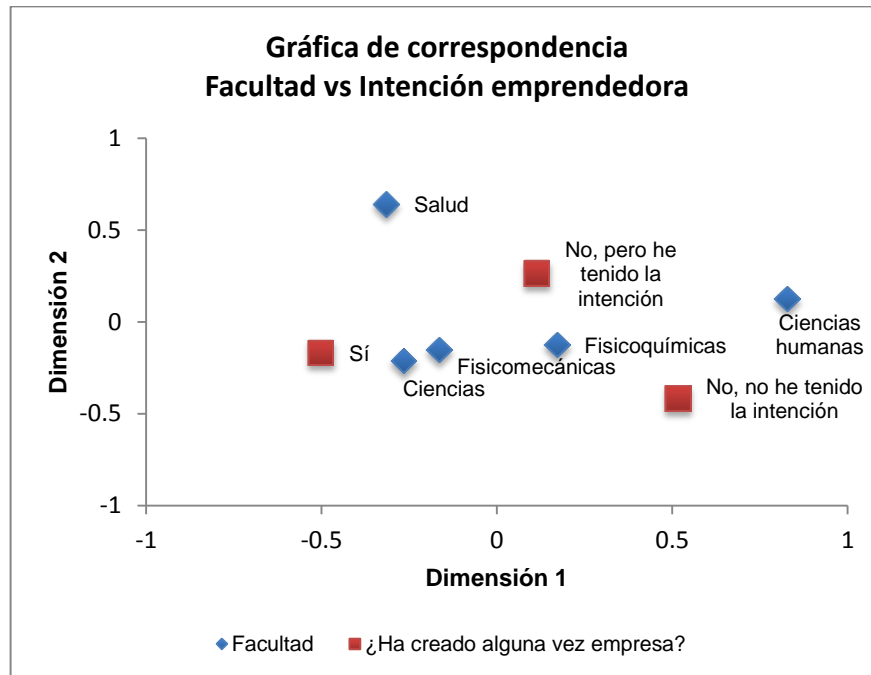
		Facultad					Total
		Salud	Ingenierías Fisicomecánicas	Ciencias Humanas	Ingenierías Fisicoquímicas	Ciencias	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	11%	19%	26%	22%	18%	19%
	No, pero he tenido la intención	56%	47%	56%	49%	45%	50%
	Sí	33%	34%	18%	29%	36%	31%
Total		14%	52%	14%	14%	6%	100%

Fuente: SPSS Statistics

Analizando el valor de Cramer de 0.121, se encuentra que la intensidad de asociación entre intención emprendedora y facultad es baja.

Del análisis de correspondencia simple entre las variables facultad e intención emprendedora, se encuentra un nivel de significancia de 0.229 mayor a 0.05, con lo que se infiere que la relación entre las variables no es significativa, sin embargo al observar la figura 17 se observa que las facultades de fisicomecánicas y ciencias se relacionan positivamente con la creación de empresa, la facultad de fisicoquímica se relaciona con la intención de crear empresa, y ciencias humanas está relacionada negativamente con la intención de crear empresa.

Figura 17. Gráfica normalización simétrica facultad vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

Es importante analizar los datos que suministra la tabla 8 en la cual se observa que un 44% de los egresados que tienen maestría han creado empresa, siendo el porcentaje más significativo al compararse con los porcentajes de creación de empresas de los otros niveles académicos, lo que permite inferir que cumple con la relación positiva entre nivel de estudio y propensión a emprender. Sin embargo debería ser mayor el porcentaje de los egresados que tienen doctorado, pero en Colombia no es significativo el número de personas que tienen este nivel académico por tanto se puede decir que el resultado obtenido va en línea con los estudios realizados por otros autores.

Tabla 8. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs ¿Cuál es el mayor nivel académico que ha cursado y recibido título?

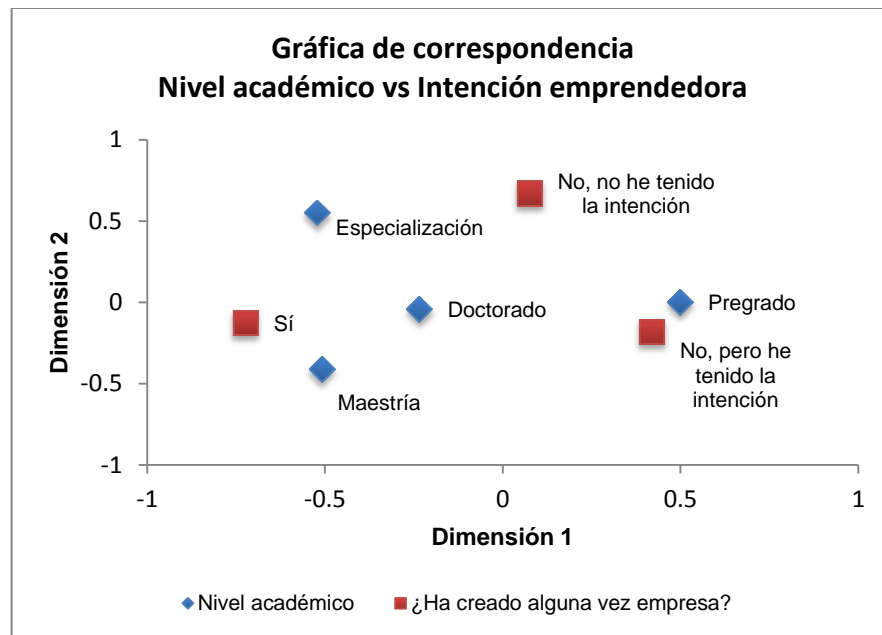
		¿Cuál es el mayor nivel académico que ha cursado y recibido título?				Total
		Pregrado	Especialización	Maestría	Doctorado	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	20%	25%	13%	18%	19%
	No, pero he tenido la intención	60%	34%	43%	45%	50%
	Sí	20%	41%	44%	36%	31%
Total		50%	20%	27%	3%	100%

Fuente: SPSS Statistics

Se analiza el valor del coeficiente de Cramer 0.192 siendo menor a 0.2, por tanto el nivel de intensidad de asociación es bajo entre las variables de nivel académico e intención emprendedora.

En la figura 18, se muestra la gráfica de normalización simétrica del análisis de correspondencia entre el nivel académico y la intención emprendedora, se observa dos relaciones la primera entre los egresados de pregrado y la intención de crear empresas y la segunda el nivel académico de maestría y la creación de empresas. El nivel de significancia $0,00 < 0,05$ por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula de independencia y se indica que hay relación significativa entre las variables analizadas.

Figura 18. Gráfica normalización simétrica nivel académico vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

• **Formación**

Se observa en la tabla 9 que los egresados que participaron en el estudio y han recibido formación emprendedora el 36% ha creado empresa, asimismo de los egresados participantes que no tienen formación emprendedora el 22% ha creado empresa, con lo cual se concluye que los egresados que han tenido formación emprendedora tienen mayor porcentaje de creación de empresa, lo cual verifica lo encontrado en los estudios revisados en la literatura.

Se analiza el valor del coeficiente de Cramer 0.168 siendo menor a 0.2, por tanto el nivel de intensidad de asociación es bajo entre las variables de formación e intención emprendedora.

Tabla 9. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Formación emprendedora

		Formación emprendedora		Total
		No	Sí	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	26%	15%	19%
	No, pero he tenido la intención	52%	49%	50%
	Sí	22%	36%	31%
Total		37%	63%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Experiencia**

Al analizar la tabla 10 se puede determinar que de acuerdo a las proporciones, los egresados que trabajaron mientras realizaban los estudios de pregrado tienen mayor porcentaje de creación de empresa en comparación con el porcentaje de los que no laboraron cuando realizaron sus estudios de pregrado y crearon empresa, aunque la diferencia es del 5% estos hallazgos coinciden con estudios anteriores (Matthews y Moser, 1995; Moriano et al., 2006) que relacionan la experiencia laboral y el interés por el emprendimiento,⁹⁴ por tanto se deberían aumentar estrategias y oportunidades para que los estudiantes de pregrado adquieran experiencia laboral mientras realizan sus estudios.

Analizando el coeficiente de cramer cuyo valor es 0.127 encontramos que hay una intensidad de asociación baja entre la experiencia previa y la intención de crear empresa, contrario a lo encontrado en la literatura.

⁹⁴ MARTÍNEZ, Garazi Azanza y CAMPOS, José Antonio. La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deusto. [online] Boletín de estudios económicos, col. LXIX, no. 211 (Abril 2014), p. 151-172. Disponible en internet: <http://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2014/06/Campos-AZANZA.pdf>

Tabla 10. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs ¿Trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado?

		¿Trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado?		Total
		Sí	No	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	15%	26%	19%
	No, pero he tenido la intención	52%	47%	50%
	Sí	33%	28%	31%
Total		63%	37%	100%

Fuente: SPSS Statistics

6.7.2.3 Características psicológicas

- **Locus de control interno**

En los resultados de la tabla 11 se observa que no existe una tendencia creciente entre el nivel de locus de control y la creación de empresas, sin embargo se evidencia que del 100% de los egresados que presentan un nivel de locus de control medio alto el 36% crearon empresa. De acuerdo a la calificación del test de personalidad de Jackson lo ideal son los puntos medio altos, por tanto se cumple con lo mencionado en la literatura.

Con un valor de 0.100 en el coeficiente de Cramer, se concluye que es baja la intensidad de asociación entre el locus de control y la intención emprendedora.

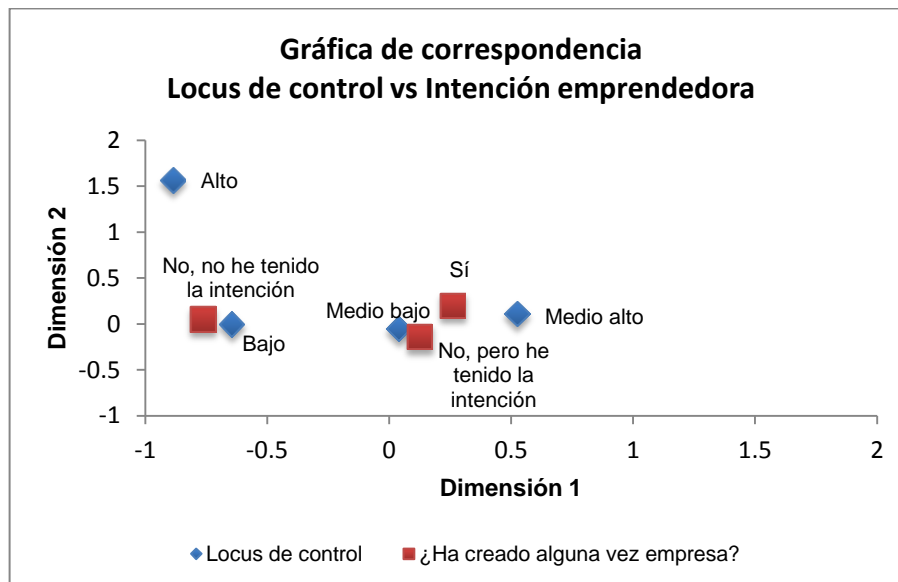
Tabla 11. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Locus de control

		Locus de control				Total
		bajo	medio bajo	medio alto	alto	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	28%	18%	12%	33.3%	19%
	No, pero he tenido la intención	46%	51%	53%	33.3%	50%
	Sí	26%	31%	36%	33.3%	31%
Total		19%	61%	20%	1%	100%

Fuente: SPSS Statistics

El nivel de significancia según el análisis de correspondencia es de 0.247, al ser mayor a 0.05 se puede inferir que la relación entre el locus de control y la intención emprendedora no es significativa, afirmación que se ratifica mediante la figura 19 donde se observa que la intención por crear empresa se relaciona con el nivel medio bajo.

Figura 19. Gráfica normalización simétrica locus de control vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

- **Carácter innovador**

Los empresarios son más innovadores que los que no lo son, afirmación que se valida con los resultados obtenidos en el estudio, dado que en la tabla 12 se puede observar que a mayor nivel de carácter innovador, mayor es la proporción de egresados que han creado empresa. Se evidencia que del 100% de egresados que presenta un nivel de carácter innovador alto 43% ha creado empresa, y del 100% de egresados que presenta un nivel medio alto el 30% ha creado empresa, y según la escala del test de Jackson este es el valor ideal, por ello se llega a la conclusión que el carácter innovador influye en la intención por crear empresa.

La intensidad de asociación entre el carácter innovador y le intención emprendedora es bajo dado que el valor del coeficiente de Cramer es 0.196.

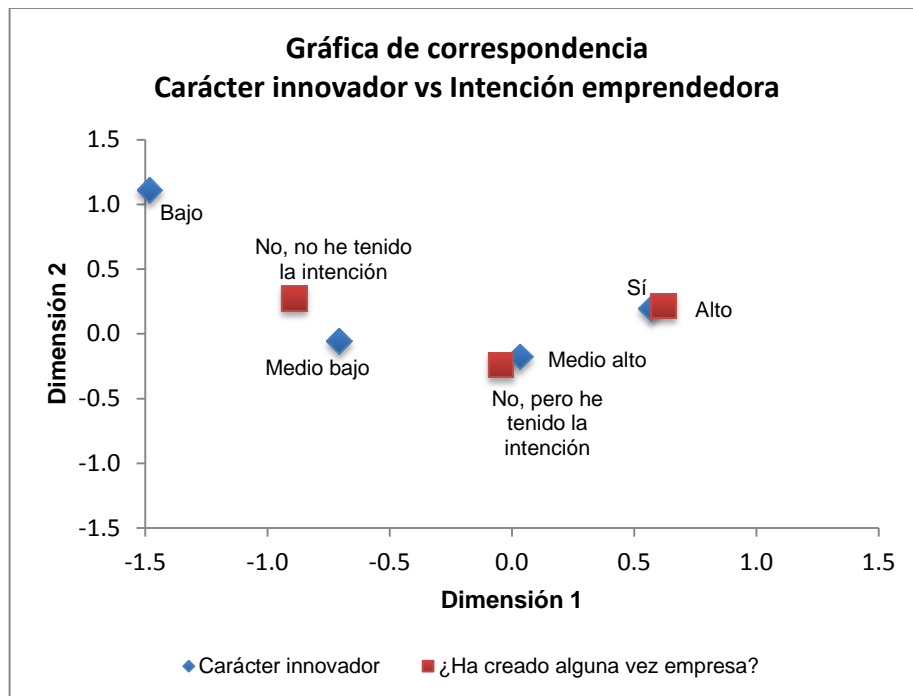
Tabla 12. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Carácter innovador

		Carácter innovador				Total
		bajo	medio bajo	medio alto	alto	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	50%	31%	18%	10%	19%
	No, pero he tenido la intención	40%	52%	52%	46%	50%
	Sí	10%	17%	30%	43%	31%
Total		3%	22%	43%	32%	100%

Fuente: SPSS Statistics

El análisis de correspondencia demuestra la relación entre el carácter innovador y la intención emprendedora, dado que el nivel de significancia es 0.000. Además, según la figura 20 la intención de crear empresa se relaciona con el nivel medio alto, siendo esto lo ideal según el test de Jackson.

Figura 20. Gráfica normalización simétrica carácter innovador vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

- **Toma de riesgo**

Otro factor que influye en la iniciativa empresarial es la propensión de tomar riesgos, por ello es importante analizar los datos que suministra la tabla 13, donde se evidencia que no existe una tendencia creciente entre el nivel de aversión al riesgo y la creación de empresa, sin embargo los egresados que obtuvieron bajo nivel de aversión al riesgo presentan la mayor proporción de creación de empresa, por tanto se valida lo encontrado en la literatura.

Se analiza el valor del coeficiente de Cramer de 0.161, siendo menor a 0.2, por tanto el nivel de intensidad de asociación es bajo entre las variables toma de riesgo e intención emprendedora.

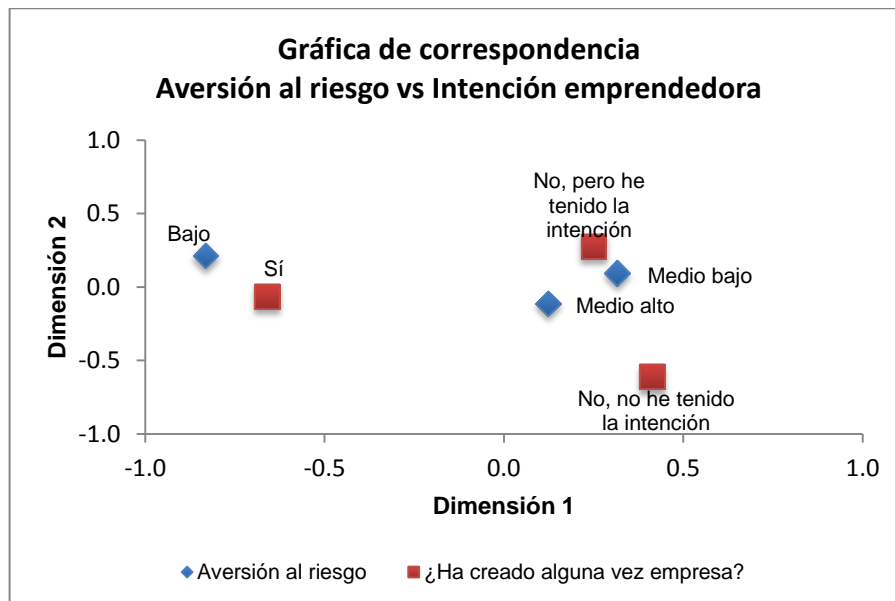
Tabla 13. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Aversión al riesgo

		Aversión al riesgo				Total
		bajo	medio bajo	medio alto	alto	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	10%	20%	21%	36%	19%
	No, pero he tenido la intención	43%	55%	50%	18%	50%
	Sí	48%	24%	29%	45%	31%
Total		20%	46%	31%	3%	100%

Fuente: SPSS Statistics

En la figura 21, se muestra la gráfica de normalización simétrica del análisis de correspondencia entre aversión al riesgo y la intención emprendedora, se observa dos relaciones, la primera entre la intención emprendedora con nivel medio bajo y la segunda la creación de empresa con el nivel bajo.

Figura 21. Gráfica normalización simétrica aversión al riesgo vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

El nivel de significancia 0.002 es menor a 0.05, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula de independencia y se indica que hay relación significativa entre las variables analizadas.

- **Autoeficacia**

Se observa en la tabla 14 que con un nivel alto de autoeficacia se evidencia mayor proporción de creación de empresa, además se observa que las personas que tienen un nivel de autoeficacia medio bajo presentan mayor proporción en la intención emprendedora, lo cual ratifica lo encontrado en la literatura.

Tabla 14. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Autoeficacia

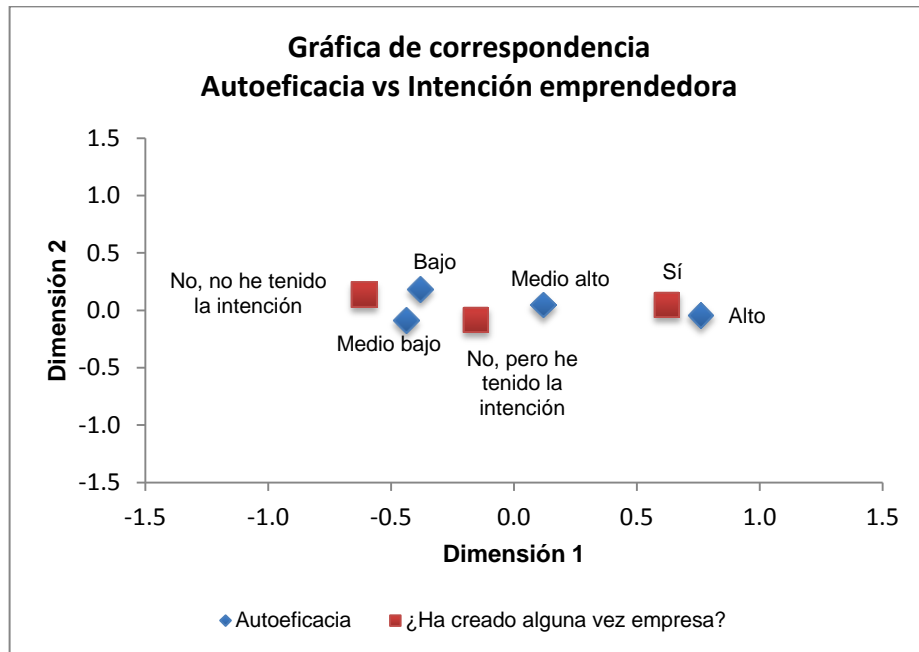
		Autoeficacia				Total
		Bajo	medio bajo	medio alto	alto	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	24%	24%	18%	10%	19%
	No, pero he tenido la intención	52%	54%	49%	44%	50%
	Sí	24%	22%	33%	46%	31%
Total		12%	34%	34%	20%	100%

Fuente: SPSS Statistics

Con un coeficiente de Cramer igual a 0.203, se puede decir que la intensidad de asociación entre la autoeficacia y la intención emprendedora es media.

Del análisis de correspondencia simple entre las variables autoeficacia e intención emprendedora, se encuentra un nivel de significancia de 0.013 menor a 0.05, con lo que se infiere que la relación entre las variables es significativa. Asimismo, como se observa en la figura 22 no se evidencia claramente ninguna relación entre las variables estudiadas.

Figura 22. Gráfica normalización simétrica autoeficacia vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

6.7.2.4 Entorno

- **Familia**

Como lo observamos en la tabla 15, se evidencia que los egresados que tienen un miembro en la familia emprendedor representan mayor proporción en la creación de empresa con un porcentaje de 35%, en comparación con un 13% de los que no tienen familiares que han creado empresa.

Estadísticamente se observa que el coeficiente de Cramer es 0.186 el cual es menor a 0.2, por tanto se concluye que hay intensidad de asociación baja entre las variables de existencia de miembros emprendedores en la familia e intención emprendedora, contrario a lo encontrado en la literatura.

Tabla 15. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs ¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa?

		¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa?		Total
		No	Sí	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	25%	18%	19%
	No, pero he tenido la intención	61%	47%	50%
	Si	13%	35%	31%
Total		19%	81%	100%

Fuente: SPSS Statistics

6.7.2.5 Empresas de base tecnológica

El análisis de contingencia de la tabla 16 permite evidenciar que únicamente el 10% de los egresados que han creado empresa ha sido de base tecnológica, por tanto se observa que se han creado más empresas tradicionales.

Tabla 16. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs ¿Ha creado empresa de base tecnológica?

		¿Ha creado empresa de base tecnológica?		Total
		No ha creado	Sí ha creado	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	21%	0%	19%
	No, pero he tenido la intención	56%	0%	50%
	Sí	23%	100%	31%
Total		90%	10%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Género**

En la tabla 17 se evidencia que es mayor el porcentaje de egresados del sexo masculino que ha creado empresa de base tecnológica.

El coeficiente de Cramer es de 0.068 con lo cual se puede decir que la intensidad de asociación es baja entre las variables.

Tabla 17. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Género

		Género		Total
		Masculino	Femenino	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	65%	72%	67%
	Sí ha creado	35%	28%	33%
Total		70%	30%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Edad**

De acuerdo a lo observado en la tabla 18, se encuentra una mayor proporción de creación de empresa de base tecnológica en el grupo mayor a 50 años, siendo el porcentaje más alto al compararse con los otros grupos de edad. Asimismo se evidencia una menor proporción de los participantes en el rango de edad de 21 a 25 años, este resultado conlleva a pensar que a pasar los años se presenta mayor oportunidad para adquirir conocimiento técnicos que facilitan la creación de empresas tecnológicas.

Analizando el coeficiente de Cramer cuyo valor es 0.279 encontramos que hay una intensidad de asociación media entre la edad y la creación de empresa de base tecnológica.

Tabla 18. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Rango de edad en el momento de la construcción de la empresa

		Seleccione el rango de su edad en el momento de la constitución de la empresa							Total
		21 a 25 años	26 a 30 años	31 a 35 años	36 a 40 años	41 a 45 años	46 a 50 años	Mayor a 50 años	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	83%	59%	68%	83%	67%	43%	40%	67%
	Sí ha creado	17%	41%	32%	17%	33%	57%	60%	33%
Total		19%	36%	16%	15%	5%	6%	4%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Años de egresado**

Como se observa en la tabla 19, en el rango de 6 a 10 años se encuentra una mayor proporción de egresados que crearon empresas de base tecnológica comparado con los otros rangos de edades, sin embargo no se puede generalizar que a mayor años de egresado mayor creación de empresas de base tecnológica, pero si se puede afirmar que los recién graduados tienen menor porcentaje de creación de empresas de base tecnológica.

Se evidencia un coeficiente de Cramer con un valor de 0.221 con lo cual se puede concluir que existe una intensidad de asociación media entre la variable de años de egresado y la creación de empresa de base tecnológica.

Tabla 19. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Años de egresado

		Años de egresado					Total
		0 a 5 años	6 a 10 años	11 a 15 años	16 a 20 años	Mayor a 20 años	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	81%	56%	72%	70%	58%	67%
	Sí ha creado	19%	44%	28%	30%	43%	33%
Total		30%	15%	15%	8%	33%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Educación**

De acuerdo al análisis realizado con la creación de empresas y la facultad de la tabla 7, se evidencia que la proporción de creación de empresa de base tecnológica es mayor para la facultad de salud, seguida por fisicoquímicas y ciencias, también se observa que las facultades de ciencias humanas es la que tiene menos proporción de creación de empresas de base tecnológica. Realmente sería muy interesante verificar porque la facultad de salud presenta la mayor proporción de creación de empresas de base tecnológica, porque se esperaría que fuera mayor en las ingenierías por su alto contenido de materias en su pensum que fundamentan el desarrollo e ingenio de sus egresados.

EL 33% del total de egresados del estudio que han creado empresa ha sido de base tecnológica de los cuales el 18% son de ingenierías fisicomécanicas, 6% de salud, 5% de Ingenierías fisicoquímicas y 4% entre las facultades de ciencias humanas y ciencias.

Tabla 20. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Facultad

		Facultad					Total
		Salud	Ingenierías Fisicomecánicas	Ciencias Humanas	Ingenierías Fisicoquímicas	Ciencias	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	61%	69%	80%	63%	63%	67%
	Sí ha creado	39%	31%	20%	38%	38%	33%
Total		15%	57%	8%	13%	7%	100%

Fuente: SPSS Statistics

De acuerdo al coeficiente de Cramer 0.105 se encuentra una baja asociación entre las variables de facultades y la creación de empresas de base tecnología.

En la tabla 21 se observa que del 3% de los egresados que han recibido el título de doctorado el 50% de ha creado empresa de base tecnológica.

Tabla 21. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs ¿Cuál es el mayor nivel académico que ha cursado y recibido título?

		¿Cuál es el mayor nivel académico que ha cursado y recibido título?				Total
		Pregrado	Especialización	Maestría	Doctorado	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	67%	53%	79%	50%	67%
	Sí ha creado	33%	47%	21%	50%	33%
Total		32%	26%	39%	3%	100%

Fuente: SPSS Statistics

De acuerdo al coeficiente de Cramer 0.226 se encuentra una baja asociación entre las variables de nivel académico y la creación de empresas de base tecnología.

- **Formación**

Se observa en la tabla 22 que la proporción de los egresados que han creado empresa de base tecnológica y recibieron formación emprendedora es mayor al compararse con los que no han recibido formación emprendedora con una diferencia de 2% entre las dos proporciones. Por tanto, se evidencia que tener formación emprendedora influye positivamente en la creación de empresas de base tecnológica.

Tabla 22. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Formación emprendedora

		Formación emprendedora		Total
		No	Sí	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	69%	67%	67%
	Sí ha creado	31%	33%	33%
Total		26%	74%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Experiencia**

Se puede concluir que la experiencia influye positivamente en la creación de empresa de base tecnológica, dado que como se observa en la tabla 23 de la proporción de egresados que trabajó mientras realizaba sus estudios de pregrado el 35% ha creado empresa de base tecnológica, en cambio de la proporción de egresados que no trabajaron tan solo el 28% crearon empresa de base tecnológica.

Estadísticamente hay asociación baja entre las variables de experiencia y la creación de empresas de base tecnológica, dado que el valor de Cramer es 0.079.

Tabla 23. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs ¿Trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado?

		¿Trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado?		Total
		Sí	No	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	65%	73%	67%
	Sí ha creado	35%	28%	33%
Total		67%	33%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Locus de control interno**

Se evidencia que con un nivel de locus de control bajo el porcentaje de creación de empresa es menor comparado con los otros niveles, en los cuales se evidencia mayor propensión de creación de empresa.

Tabla 24. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Locus de control

		Locus de control				Total
		Bajo	medio bajo	medio alto	alto	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	74%	66%	68%	0%	67%
	Sí ha creado	26%	34%	32%	100%	33%
Total		16%	61%	23%	1%	100%

Fuente: SPSS Statistics

Con un valor de 0.142 en el coeficiente de Cramer, se concluye que es baja la intensidad de asociación entre el locus de control y la creación de empresa de base tecnológica.

- **Carácter innovador**

En la tabla 25 se puede observar que la mayor proporción de personas que han creado empresa de base tecnológica se encuentra en los niveles de carácter innovador medio alto y alto.

La intensidad de asociación entre el carácter innovador y la creación de empresa de base tecnológica es baja dado que el valor del coeficiente de Cramer es 0.170.

Tabla 25. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Carácter innovador

		Carácter innovador				Total
		bajo	medio bajo	medio alto	alto	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	100%	87%	63%	65%	67%
	Sí ha creado	0%	13%	37%	35%	33%
Total		1%	12%	43%	44%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Toma de riesgo**

Al analizar los datos que suministra la tabla 26, se evidencia que la mayor proporción de egresados que crearon empresa de base tecnológica presentan un nivel de aversión al riesgo alto y medio alto, con lo cual se concluye que las personas que han creado empresa de base tecnológica no son propensas asumir riesgo contrario con lo revisado en la literatura.

Con un valor de 0.093 en el coeficiente de Cramer, se concluye que es baja la intensidad de asociación entre el locus de control y la creación de empresa de base tecnológica.

Tabla 26. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Aversión al riesgo

		Aversión al riesgo				Total
		bajo	medio bajo	medio alto	alto	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	66%	73%	63%	60%	67%
	Sí ha creado	34%	27%	37%	40%	33%
Total		31%	36%	29%	4%	100%

Fuente: SPSS Statistics

- **Autoeficacia**

Se observa en la tabla 27 que en los dos niveles más altos de autoeficacia se presenta la mayor proporción de egresados que ha creado empresa de base tecnológica.

Tabla 27. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Autoeficacia

		Autoeficacia				Total
		bajo	medio bajo	medio alto	alto	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	100%	73%	60%	61%	67%
	Sí ha creado	0%	27%	40%	39%	33%
Total		9%	25%	37%	30%	100%

Fuente: SPSS Statistics

Con un coeficiente de Cramer igual a 0.249, se puede decir que la intensidad de asociación entre la autoeficacia y la creación de empresa de base tecnológica es media.

- **Familia**

Se afirma que no existe relación entre familia emprendedora y la creación de empresa de base tecnológica, ya que se evidencia mayor proporción de creación de empresa de base tecnológica en los egresados que no tienen familiares que han creado empresa.

El coeficiente de Cramer con un valor de 0.110 indica una baja asociación entre las variables de existencia de un miembro emprendedor en la familia y la creación de empresa de base tecnológica.

Tabla 28. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? Vs ¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa?

		¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa?		Total
		No	Sí	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No ha creado	50%	69%	67%
	Sí ha creado	50%	31%	33%
Total		8%	92%	100%

Fuente: SPSS Statistics

6.7.3. Modelo probit. El objetivo de este trabajo es el de encontrar qué tan probable es para un egresado de pregrado presencial de la Universidad Industrial de Santander el crear empresa tomando en cuenta las características que tiene. El modelo probit permite llevar a cabo este tipo de estudios dado que en éste se cumple la existencia de una variable latente subyacente para la cual se observa una evidencia dicotómica.

En este trabajo se analizan tres variables dependientes: creación de empresas, intención emprendedora y creación de empresas de base tecnológica, donde se postulan como variables dicotómicas en el modelo probit dependientes de unas variables explicativas independientes.

El modelo Probit está definido así: (Greene (1998))

$$P_i = \text{Prob}(Y_i = 1) = \text{Prob}(I_i^* > 0) = \text{Prob}(X_i\beta + \varepsilon_i > 0) = F(X_i\beta)$$

Donde $F(X_i\beta)$ puede tomar valores de uno o cero.

6.7.3.1 Modelo creación de empresa. En este modelo la variable dependiente Y, que responde a la pregunta ¿Ha creado alguna vez empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?, puede tomar el valor de uno si la respuesta es “sí”, y el valor de cero si la respuesta es “no, no ha tenido la intención” o “no, pero ha tenido la intención”.

El modelo probit para la creación de empresa está definido así:

$$\text{Prob}(\text{creación de empresa}) = F(\text{características demográficas, capital humano, características psicológicas, entorno})$$

A continuación en la tabla 29 se expone el modelo probit resultante a partir de las diferentes pruebas que se realizaron en el software STATA. Para determinar el

mejor modelo, se fueron eliminando aquellas variables no significativas cuyo $P > z$ tenía valores mayores a 0.1, lo cual permitía aceptar la hipótesis nula que la variable Y toma el valor de cero. Por tanto, la variable dependiente únicamente toma valores de uno con las variables explicativas del modelo resultante.

Tabla 29. Modelo probit para la creación de empresa

Variable	Coefficiente	P>z	dy/dx
Género	-0.5274753	0.001	-0.1684472
Salud	4.8806300	0.000	0.9050158
Ingenierías Físicoquímicas	4.8704970	0.000	0.9047708
Ingenierías Fisicomecánica	4.8592770	0.000	0.9568933
Ciencias Humanas	4.4164700	0.000	0.8970190
Ciencias	4.9971420	0.000	0.8184235
Familia	0.5428550	0.014	0.1567432
Formación emprendedora	0.2592985	0.098	0.0827780
Maestría	0.3883554	0.043	0.1351260
Especialización	0.5085463	0.005	0.1763515
Carácter innovador	0.3770710	0.044	0.1153239
Autoeficacia	0.2423474	0.100	0.0786200
Años de egresado	-0.4549191	0.005	-0.1534459

Fuente: STATA

En el modelo probit el β es el signo que acompaña al coeficiente, el cual permite analizar el efecto de la variable explicativa en la variable dependiente. Para nuestro estudio el valor de 1 en género se atribuye a femenino, en las características del perfil emprendedor a alto, en años de egresado se atribuye a graduados en los últimos 10 años y en las otras variables al sí. Así, podemos concluir que:

- El ser mujer disminuye la probabilidad promedio de crear empresa la cual es de 0.2642.
- Todas las facultades influyen positivamente en la probabilidad de crear empresa, sin embargo las ingenierías físicoquímicas tienen un coeficiente mayor.

- Si existe algún miembro de la familia que sea emprendedor aumenta la probabilidad que una persona cree empresa.
- El recibir algún tipo de formación emprendedora, tal como: cursos de una duración menor o igual a 20 horas, cursos o diplomados de una duración entre 20 y 120 horas, cursos o diplomados de una duración igual o mayor a 120 horas, y/o asignaturas o electivas del plan de estudios, también aumenta la probabilidad de crear empresa.
- El nivel académico igualmente influye en la probabilidad de crear empresa, aunque tener un título de maestría afecta positivamente, de acuerdo a la diferencia entre los coeficientes predomina más el realizar una especialización.
- La variable de los años de egresado influye negativamente en la creación de empresa, es decir, la probabilidad de crear empresa es mejor para los egresados graduados desde hace 0 a 10 años.
- Las características que no aparecen en la tabla: experiencia, formación, locus de control y aversión al riesgo, no son significativas por lo tanto no influyen en la creación de empresa.

6.7.3.2 Modelo intención emprendedora. En el modelo de intención emprendedora la variable dependiente puede tomar valores de uno cuando la respuesta a la pregunta ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún (os) socio(s)? es sí o no pero he tenido la intención y toma valores de cero cuando la respuesta a la pregunta enunciada es no he creado empresa y no he tenido la intención.

Tabla 30. Modelo probit para la intención emprendedora

Variable	Coefficiente	P>z	dy/dx
Salud	-3.5659100	0.000	-0.9098445
Ingenierías Fisicoquímicas	-3.9900990	0.000	-0.9284473
Ingenierías Fisicomecánica	-4.0142780	0.000	-0.8372005
Ciencias Humanas	-4.2756170	0.000	-0.9390685
Ciencias	-4.0970870	0.000	-0.8805255
Formación emprendedora	0.3222915	0.038	0.0845686
Experiencia laboral	0.3850779	0.017	0.1016933
Carácter innovador	0.5199780	0.001	0.1467978

Fuente: STATA

Del modelo probit de intención emprendedora mostrado en la tabla 30 se puede concluir:

- Se evidencia que todas las facultades influyen negativamente en la probabilidad promedio de intención emprendedora la cual tiene un valor de 0.8309. Así mismo se observa que las facultades con mayores efectos negativos sobre la variable dependiente son las facultades de ciencias humanas y ciencias.
- La formación emprendedora, experiencia laboral y carácter innovador influyen positivamente en el promedio de la intención emprendedora, dado que sus coeficientes son positivos.
- Las características género, años de egresado, educación, locus de control, aversión al riesgo, autoeficacia y familia no son significativas, por consiguiente no influyen en la intención emprendedora.

6.7.3.3 Modelo empresa de base tecnológica. En este modelo probit la variable dependiente Y, toma el valor de uno cuando la respuesta a la pregunta ¿Ha creado empresa de base tecnológica? es afirmativa y toma el valor de cero cuando la respuesta es contraria por tanto negativa.

Tabla 31. Modelo probit para empresa de base tecnológica

Variable	Coefficiente	P>z	dy/dx
Género	-0.6027965	0.004	-0.0553057
Salud	5.9629080	0.000	0.9940490
Ingenierías Fisicoquímicas	5.5301760	0.000	0.9921829
Ingenierías Fisicomecánica	5.6237100	0.000	0.8473729
Ciencias Humanas	5.0040620	0.000	0.9873918
Ciencias	5.9706300	0.000	0.9790010
Carácter innovador	0.7733672	0.025	0.0544535
Autoeficacia	0.6492198	0.004	0.0600960
0 a 5 años	-1.3623960	0.000	-0.1248212
6 a 10 años	-0.7389617	0.009	-0.0497869
11 a 15 años	-1.1054970	0.000	-0.0582051
16 a 20 años	-0.7332431	0.062	-0.0405409
Especialización	-0.4746477	0.060	-0.0376241

Fuente: STATA

En la tabla 31 se evidencian los resultados de este modelo, siendo los más importantes:

- El coeficiente de género es negativo, concluyendo que ser mujer influye negativamente en la probabilidad de crear empresa de base tecnológica.
- Las variables de los años de egresados tienen signo negativo, sin embargo se evidencia que de los cuatro rangos establecidos, en el rango de 0 a 5 años el valor es el más negativo por tanto la probabilidad de crear empresa de base tecnológica es menor para los egresados que se graduaron hace 0 a 5 años.
- Se puede concluir que todas las facultades influyen positivamente en la probabilidad promedio de crear empresa de base tecnológica sin embargo las ingenierías fisicomecánicas tienen un coeficiente mayor.
- Las variables de carácter innovador y autoeficacia influyen positivamente en la creación de empresas de base tecnológica. Por último se evidencia un efecto significativo negativo entre el nivel de especialización y la probabilidad de crear empresas de base tecnológica.

- La experiencia, la formación, el locus de control, la aversión al riesgo y la familia son características que no presentaron significancia en el modelo, por ello se concluye que no influyen en la creación de empresa de base tecnológica.

7. DESCRIPCIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

Se muestran un cuadro comparativo y un cuadro resumen de acuerdo a los análisis de contingencia y correspondencia, donde en el primero se puede apreciar la comparación entre los egresados que crearon empresas de cualquier tipo y los egresados que no crearon empresa. En el segundo cuadro se realiza el resumen de las características de los egresados que crearon empresas de base tecnológica.

Tabla 32. Cuadro comparativo de características de acuerdo al análisis de contingencia y correspondencia entre egresados que crearon empresa y los que no crearon

Egresados que crearon empresas	Egresados que no crearon empresa
Características demográficas <ul style="list-style-type: none"> • Género: Masculino • Años de egresado: Mayor a 20 años 	Características demográficas <ul style="list-style-type: none"> • Género: Femenino • Años de egresado: 0 a 5 años
Capital Humano <ul style="list-style-type: none"> • Facultades: Ciencias, fisicomecánicas. • Nivel de educación: Maestría y especialización • Formación emprendedora: Asignaturas o electivas de su plan de estudios • Experiencia laboral en el pregrado: Sí 	Capital Humano <ul style="list-style-type: none"> • Facultades: fisicoquímicas, ciencias humanas • Nivel de educación: Pregrado • Formación emprendedora: No han recibido formación emprendedora • Experiencia laboral en el pregrado: No
Características psicológicas: <ul style="list-style-type: none"> • Locus de control interno: Medio alto • Carácter innovador: Alto • Aversión al riesgo: Bajo • Autoeficacia: Alto 	Características psicológicas: <ul style="list-style-type: none"> • Locus de control interno: Bajo • Carácter innovador: Medio bajo • Aversión al riesgo: Medio bajo • Autoeficacia: Medio bajo, Bajo
Entorno: <ul style="list-style-type: none"> • Miembro de la familia emprendedora: Sí 	Entorno: <ul style="list-style-type: none"> • Miembro de la familia emprendedora: No

Tabla 33. Resumen de las características de acuerdo al análisis de contingencia y correspondencia de los egresados que crearon empresa de base tecnológica

Egresados que crearon empresa de base tecnológica
Características demográficas <ul style="list-style-type: none"> • Género: Masculino • Años de egresado: 6 a 10 años
Capital Humano <ul style="list-style-type: none"> • Facultades: Salud, ciencias, fisicoquímicas • Nivel de educación: Doctorado • Formación emprendedora: Asignaturas o electivas de su plan de estudios • Experiencia laboral en el pregrado: Sí
Características psicológicas: <ul style="list-style-type: none"> • Locus de control interno: Alto • Carácter innovador: Medio alto • Aversión al riesgo: Alto • Autoeficacia: Medio Alto
Entorno: <ul style="list-style-type: none"> • Miembro de la familia emprendedora: Sí

A continuación se evidencia los perfiles emprendedores de acuerdo a los modelos probit de los egresados que crearon empresas, de los egresados que tienen la intención emprendedora y los egresados que crearon empresa de base tecnológica.

Tabla 34. Cuadro comparativo de características de acuerdo a los tres modelos probit

Egresados que crearon empresas	Intención emprendedora	Egresados que crearon empresa de base tecnológica
Características demográficas <ul style="list-style-type: none"> • Género: Masculino • Edad de creación de empresa: Independiente • Años de egresado: Influye negativamente al aumentar los años. 	Características demográficas <ul style="list-style-type: none"> • Género: Independiente • Edad de creación de empresa: Independiente • Años de egresado: Independiente 	Características demográficas <ul style="list-style-type: none"> • Género: Masculino • Edad de creación de empresa: Independiente • Años de egresado: Todos influyen negativamente
Capital Humano <ul style="list-style-type: none"> • Facultades: Independiente • Nivel de educación: Maestría y especialización • Formación emprendedora: Sí • Experiencia laboral en el pregrado: Sí 	Capital Humano <ul style="list-style-type: none"> • Facultades: Independiente • Nivel de educación: independiente • Formación emprendedora: Sí • Experiencia laboral en el pregrado: Sí 	Capital Humano <ul style="list-style-type: none"> • Facultades: Independiente • Nivel de educación: Especialización • Formación emprendedora: Independiente • Experiencia laboral en el pregrado: independiente
Características psicológicas: <ul style="list-style-type: none"> • Locus de control interno: independiente • Carácter innovador: Sí • Aversión al riesgo: Independiente • Autoeficacia: Sí 	Características psicológicas: <ul style="list-style-type: none"> • Locus de control interno: independiente • Carácter innovador: Sí • Aversión al riesgo: Independiente • Autoeficacia: independiente 	Características psicológicas: <ul style="list-style-type: none"> • Locus de control interno: independiente • Carácter innovador: Sí • Aversión al riesgo: Independiente • Autoeficacia: Sí
Entorno: <ul style="list-style-type: none"> • Miembro de la familia emprendedora: Sí 	Entorno: <ul style="list-style-type: none"> • Miembro de la familia emprendedora: Independiente 	Entorno: <ul style="list-style-type: none"> • Miembro de la familia emprendedora: Independiente

7.1 PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO UIS

A partir del análisis de contingencia, correspondencia y el modelo probit las características en común que hacen parte del perfil emprendedor del egresado UIS de pregrado presencial son: edad de creación de 26- 30 años, género masculino, nivel de educación maestría y especialización, formación emprendedora de asignaturas o electivas de su plan de estudios, experiencia laboral en el pregrado, carácter innovador alto, autoeficacia alta y tienen miembro de la familia emprendedor.

En cuanto a las variables de años de egresado, facultades, locus de control interno y aversión al riesgo, no se encontró que influyan de acuerdo a los análisis realizados en el perfil emprendedor del egresado UIS de pregrado presencial.

7.2 PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO UIS QUE HA CREADO EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA

Por medio del análisis de tablas de contingencia, análisis de correspondencia y modelo econométrico probit se concluye que las características que hacen parte del perfil emprendedor del egresado UIS que ha creado empresas de base tecnológica son las siguientes: género masculino, años de egresado de 6 a 10 años, nivel de educación doctorado, carácter innovador medio alto y autoeficacia media alta.

No se encuentra a las variables de experiencia laboral, locus de control interno, aversión al riesgo y familia emprendedora que incidan comúnmente, a partir de los análisis realizados del perfil emprendedor de base tecnológica.

8. CONCLUSIONES

- Se han presentado diferentes enfoques para el emprendimiento, finalmente uno de los más importantes e influyentes para el desarrollo de este boom de emprender ha sido el enfoque psicológico introducido por McClellan en la década de los 60, donde el emprendedor es un individuo que cuenta con unas características y rasgos personales que conllevan a su comportamiento.
- Se evidenció que el interés por parte de los egresados que diligenciaron las encuestas fue significativamente bueno, puesto que 394 egresados voluntariamente realizaron completamente el cuestionario aplicado, el cual era considerado extenso puesto que contenía más de 50 ítems, los cuales eran necesarios por las características psicológicas medidas. Además algunas egresados interesados en el tema realizaron sus aportes a través de correo electrónico.
- La prueba piloto permite evaluar el instrumento de recolección de datos, dado que se logra evidenciar el entendimiento de los ítems por parte de los encuestados, observar si la información solicitada es la requerida por el estudio planteado, por último identificar deficiencias y mejorarlas.
- Los tests utilizados en el instrumento de recolección de datos proporcionan información importante para analizar el perfil emprendedor de los egresados al evaluar las características de locus de control interno, carácter innovador, toma de riesgo y autoeficacia. Esto se pudo validar con el análisis de confiabilidad a partir del coeficiente alfa de Cronbach que se determina en el software SPSS, el cual indica que el instrumento de medición es confiable.
- A partir de este estudio, se valida lo encontrado en la literatura con respecto a la influencia de la familia sobre las intenciones empresariales. Según los análisis realizados se evidencia que si existe algún miembro de la familia que sea emprendedor aumenta la probabilidad que una persona cree empresa.

- Con respecto a la relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a emprender, se concluye que el realizar estudios de especialización y maestría influye positivamente en la intención emprendedora.
- En la literatura se encontró una relación significativa entre tener experiencia laboral y la intención emprendedora, afirmación verificada a partir de los análisis efectuados, dado que se encontró que la mayoría de los egresados encuestados que crearon empresa trabajó en algún momento mientras realizaba sus estudios de pregrado.
- De los análisis de contingencia, correspondencia y probit se concluye que los egresados que participaron en el estudio y han creado empresa no presentan un locus de control interno, lo cual contradice lo encontrado en la literatura donde se afirma que a mayor locus de control interno mayor intención emprendedora.
- El carácter innovador es la característica más representativa del perfil emprendedor del egresado UIS, dado que fue uno de los pocos factores personales que sin importar el análisis que se realizará daba representativa la influencia positiva que éste tiene en la intención emprendedora, información que valida lo mencionado en la literatura.
- Otro factor que según la literatura influye en la iniciativa empresarial es la propensión de tomar riesgos, según los análisis realizados no se encontró relación significativa entre la toma de riesgo y la creación de empresa. Por consiguiente, se puede determinar que esta característica no influye en el perfil emprendedor del egresado UIS.
- La autoeficacia es otro de los factores personales representativos en el perfil emprendedor del egresado UIS. Tanto en el análisis multivariable como del modelo probit se evidencia que la mayoría de las personas que participaron en el estudio calificaron en un nivel alto, por tanto se concluye que la autoeficacia influye positivamente en la creación de empresa, validando lo encontrado en la literatura.
- Según la revisión de literatura, ésta sugiere diferencias de género en la

intención emprendedora, asimismo se encuentra que el papel del empresario se caracteriza a menudo como masculino. En base a los resultados obtenidos en los análisis los hombres presentan un porcentaje mayor entre los encuestados que han creado empresa, y conforme al modelo probit el ser mujer disminuye la probabilidad promedio de crear empresa, lo que ratifica lo enunciado anteriormente.

- En este estudio se evidencia que el rango de edad en el cual las personas crean empresa es de 26 a 30 años, el cual se encuentra entre el intervalo de GEM que define las edades que presentan mayor proporción de emprendedores en Colombia en el rango de 18 a 34 años.
- Para cumplir con el perfil emprendedor del egresado UIS participante de éste estudio que ha creado empresa de base tecnológica se debe tener un título de doctorado, presentar un nivel medio alto en el carácter innovador y la autoeficacia, ser hombre y haberse graduado hace 6 a 10 años.
- Se observa que las características que definen el perfil emprendedor del egresado UIS difieren en el perfil emprendedor del egresado UIS que ha creado empresa de base tecnológica, sin embargo se encuentran características en común tales como: género, experiencia laboral y formación emprendedora.
- Es importante reconocer el valor que tiene determinar el perfil emprendedor en los egresados UIS que han creado empresa, puesto que contribuye a conocer ciertos criterios que se pueden parametrizar y generalizar, con el fin de formar el perfil emprendedor en los estudiantes de pregrado para lograr tener mayor número de egresados emprendedores, dado que una tendencia de emprendimiento conlleva al mejoramiento en las economías de los países, generando empleo e invenciones que aumentan el desarrollo global.
- En base a la información de la red universitaria de emprendimiento (REUNE) sobre las universidades que más promueven el emprendimiento en Colombia, se compara las instituciones de educación nombradas por esta organización en el 2012 y la información suministrada por REUNE en el 2014, donde se

observa que se mantienen en el Top de las 10 universidades que más promueven el emprendimiento la Universidad EAN, Universidad de Antioquia, Universidad ICESI, Universidad del Norte y Universidad de Sabana, e ingresaron tres universidades entre las cuales se encuentra la Universidad Industrial de Santander, Universidad Santo Tomas y la Universidad del Rosario.

- Recientemente el apoyo al emprendimiento ha aumentado y es común escuchar en las noticias, en el trabajo y en la universidad el nombre de ciertas organizaciones que brindan apoyo a las personas emprendedoras para que materialicen sus ideas de negocio a través de la creación de empresas. De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta ¿Conoce alguna entidad que brinde apoyo al emprendimiento?, aplicada en la encuesta se obtiene que las tres entidades más mencionadas por los participantes fue el SENA con el fondo emprender, la Universidad Industrial de Santander con el programa UIS emprende y las Cámaras de Comercio de las diferentes ciudades.

9. RECOMENDACIONES

- La Universidad Industrial de Santander debería incentivar más la formación emprendedora en las facultades de ciencias humanas, ciencias e ingenierías fisicoquímicas, con el propósito de generar mayor iniciativa empresarial en los futuros egresados de estas facultades.
- Estudiar cada una de las características que definen el perfil emprendedor individualmente, con el fin de proporcionar mayor profundidad en la relación de cada una de ellas con la iniciativa empresarial.
- Se recomienda seguir fortaleciendo el programa de emprendimiento UIS EMPRENDE, donde además de brindar asesorías para la creación de los planes de negocios con el fin de participar en entidades como el SENA, RED EMPRENDEDORA BAVARIA, se debe buscar estrategias con el fin de ofrecer programas o concursos internos para egresados UIS donde se brinde apoyo con recursos para la creación de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

ALEMANY, L. ALVEREZ, C. PLANELLAS, M. URBANO, D. Iniciativa Emprendedora. En: Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España. ESADE Entrepreneurship Institute, 2011. p. 15-35. Disponible en Internet: http://www.cise.es/wp-content/uploads/2013/03/9_LBIEE_Documento-Final.pdf

ARASTEH, Hamidreza, ENAYATI, Taraneh, FARSHIDEH, Zameni y KHADEMLOO, Atefeh. Entrepreneurial personality characteristics of University students: A case study. En: Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 46 (2012), p. 5736-5740. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812022434>

ARAZZINI, Martina y DE GEORGE-WALKER, Linda. Self-handicapping, perfectionism, locus of control and self-efficacy: A path model. En: Personality and Individual Differences, vol. 66 (agosto 2014), p. 160-164. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886914002062>

ASKUN, Bige y YILDIRIM, Nihan. Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not? En: Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 24 (2011), p. 663-676. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811015783>

BECKER, M. D., KNUDSEN, T., & SWEDBERG, R. Schumpeter's Theory of Economic Development: 100 years of development. En: Journal of Evolutionary Economics. 2012. Vol. 22, no. 5, p. 917-933. Doi: 10.1007/s00191-012-0297-x

BENAVIDES, María del Mar, SÁNCHEZ, María Isabel y LUNA, Roberto. El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: Un análisis cualitativo en el ámbito universitario. En: DY0 (30 abril 2004), p. 30-48. Disponible en internet: <http://revistadyo.com/index.php/dyo/article/view/122/122>

CALVO, Nuria. Emprender vs opositar: claves de la decisión. En: LÓPEZ Ana Jesús. Emprender: Una perspectiva de género. A Coruña: Universidade da Coruña, 2013. p. 85 - 96. Disponible en internet: http://www.udc.gal/export/sites/udc/oficinaigualdade/galeria_down/documentos/EMPRENDER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf

CID, Patricia. ORELLANA, Alda y BARRIGA Omar. Validación de la escala de autoeficacia general en Chile. Artículo de investigación. Chile. En: Rev. Med Chile 2010; 138: 55-557. Disponible en internet: <http://www.scielo.cl/pdf/rmc/v138n5/art04.pdf>

CORRAL, Yadira. Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. En: Revista ciencias de la educación. Enero-Junio, 2009. Vol. 19, no 33, p. 241-242. Disponible en: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>

DELGADO, María Isabel, GÓMEZ, Luis, ROMERO, Ana María y VÁZQUEZ, Elena. Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. En: Cuaderno de Gestión, vol. 18, no. 1 (2008), p. 11-24. Disponible en Internet: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/811.pdf>

DIAZ, Francisco J. CAPPELLO, Héctor M. y GARCIA, Pedro A. Social and cultural influences among Mexican border entrepreneurs. En: Psychological Reports, vol.

104, no. 3 (junio 2009), p. 844-852. Disponible en Internet: <http://www.amsciepub.com/doi/abs/10.2466/pr0.104.3.844-852>

ESPÍRITU, Roberto y SASTRE, Miguel Ángel. Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España. Disponible en internet: http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1902/1/25.pdf

FILLION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. En: Revista de Administração, São Paulo, vol.34, no. 2 (junio 1999), p. 7. Disponible en Internet: http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=102

FIERRO, Jaime. Análisis estadístico univariado, bivariado y variable control. Chile, 2010. Disponible en internet: <http://chitita.uta.cl/cursos/2012-1/0000104/recursos/r-25.pdf>

FLORES, María Pilar y PALAO, José. Evaluación del impacto de la educación superior en la iniciativa emprendedora. En: Historia y Comunidad Social, vol. 18, no. Esp. Nov. (2013), p. 377 - 386. Disponible en internet: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44256/41812>

FUENTES, Fernando y SÁNCHEZ, Sandra. Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. En: Estudios de economía aplicada, vol. 28, no. 3 (2010), p. 1-28. Disponible en internet: <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>

GUPTA, Vishal K. y GOKTAN, Banu, GUNAY, Gonca. Gender differences in evaluation on of new business opportunity: A stereotype threat perspective. En: Journal of Business Venturing, vol. 29, no. 2 (2014), p. 273-288. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613000177>

HSU, David H. ROBERTS, Edward B. y EESLEY, Charles E. Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT. En: Research Policy, vol. 36, no. 5 (June 2007), p. 768-788. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733307000728>

INYANG, Benjamin James y ENUOH, Rebecca Oliver. Entrepreneurial Competencies: The Missing Links to Successful Entrepreneurship in Nigeria En: CCSE, vol. 2, no. 2 (abril 2009), p. 64. Disponible en Internet: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/1120/1122>

IZQUIERDO, Edgar. Impacto de los graduados de ESPOL en la creación de empresas basadas en tecnología en la ciudad de Guayaquil y sus áreas de influencia. Disponible en Internet: http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/documentos_trabajo/entrepreneurship/ImpactoGraduados.pdf

KANECO, Juan José. Emprendimiento, personalidad y variables sociodemográficas en estudiantes de Administración de un Instituto de educación superior. En: Revista PsiqueMag, vol. 1, no.1 (2012), p. 1-23. Disponible en internet: <http://www.ucvlima.edu.pe/psiquemag/pdf/PsiqueMag05.pdf>

KANTIS, Hugo, POSTIGO, Sergio, FEDERICO, Juan y TAMBORINI, María Fernanda. El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de Argentina. Disponible en internet: <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2006-2003%20Kantis-Postigo-Federico-Tamborini.pdf>

LABORATORIO DE EMPRENDIMIENTO Y TECNOLOGÍAS MÓVILES ESTARÁ EN CALI. En: Revista Semana. Mayo, 2013. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet:

<http://www.semana.com/nacion/articulo/laboratorio-emprendimiento-tecnologias-moviles-estara-cali/343986-3>

LEÓN, Luis Gabriel. Influencia del “Entrepreneurial Self-Efficacy” en el emprendedor. Trabajo de grado Administrador. Bogotá D.C.: Universidad EAN. Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas, 2013. Disponible en internet: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/4645/9/LeonLuis2013.pdf>

LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. En: International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

LOS QUE HABLAN DE EMPRENDIMIENTO EN EL PAÍS. En: Revistaedu. [en línea]. [Consultado 8 de octubre de 2014]. Octubre, 2014. Disponible en internet: <http://www.revistaedu.co/seccion/tendencias-profesionales/emprendimiento-en-el-pais.html>

MAES, Johan, LEROY, Hannes y SELS, Luc. Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multigroup analysis at factor and indicator level. En: European Management Journal (1 febrero 2014). Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263237314000139>

MANUEL, Eduardo G. Entrepreneurship and Economics. En: MPRA. Pape No. 2136 (9 marzo 2007). Disponible en internet: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/2136/1/MPRA_paper_2136.pdf

MARTÍNEZ, Garazi Azanza y CAMPOS, José Antonio. La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deutro. En: Boletín de

estudios económicos, vol. LXIX, no. 211 (Abril 2012), p. 151-172. Disponible en internet: <http://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2014/06/Campos-AZANZA.pdf>

MORENO, Juan. LEGATO, Ana. Intención emprendedora en la población juvenil universitaria femenina: estudio preliminar de un caso. Disponible en internet: <http://www.usc.es/congresos/xiirem/pdf/104.pdf>

MUELLER, Stephen L. y THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. En: Journal of Business Venturing, vol. 16, no. 1 (enero 2001), p. 51-75. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902699000397>

PEREIRA, Fernando, OSORIO, Fabián, MEDIANA, Lina María, VESGA, Rafael, QUIROGA, Raúl Fernando, GOMEZ, Liyis, RESTREPO, Juan Guillermo, VALERA, Rodrigo y SOLER, Juan David. Colombia Global Entrepreneurship Monitor 2011-2012. Disponible en Internet: <http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2011/>

PULGARÍN, Sergio Andrés y CARDONA, Marleny. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. En: Rev. esc. adm. neg. No. 71 (Julio-Diciembre), p. 22-39. Disponible en internet: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/549/537>

RASCÓN, Luz Elvia. Factores subyacentes de cultura y personalidad empresarial que influyen en la intención de invertir. En: EconoQuantum, vol. 3, no. 1 (2006), p. 63-89. Disponible en Internet: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125015202003>

RODICA, Marcela y CAZAN, Ana María. Involvement in entrepreneurial training and personality. En: Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 30 (2011), p. 1251-1256. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811020672>

ROZHKOVA, María. Measurement of the implicit and explicit achievement motive: New perspectives. [online] Thesis (2011). Disponible en Internet: http://edoc.ub.uni-muenchen.de/13558/1/Rozhkova_Maria.pdf

RUOKOLAINEN, Jari y MÄKELÄ, Markus M. Constructing a market domain model for start-up software technology companies: A case study. En: Journal of Engineering and Technology Management, vol. 24, no. 3 (September 2007), p. 186-202. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S09234748070002>

SALVADOR, Carmen. Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles. Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental y Universidad de Sevilla. En: Revista Apuntes de Psicología, 2009, Vol. 27, número 1. págs. 65-78. Disponible en: http://www.cop.es/delegaci/andocci/files/contenidos/VOL.%2027_1_2009/vol.%2027_1_4.pdf

SÁNCHEZ, María Luisa. Perfil psicológico del autoempleado. Tesis doctoral (2003). Disponible en Internet: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t26888.pdf>

SPIVACK, April J., MCKELVIE, Alexander y HAYNIE, J. Michael. Habitual entrepreneurs: Possible cases of entrepreneurship addiction? En: Journal of Business Venturing (14 diciembre 2013). Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902613001080>

STEWART, Wayne H. WATSON, Warren E. CARLAND, Joann C. CARLAND, James W. A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. En: Journal of Business Venturing, vol. 14, no. 2 (marzo 1999), p. 189-214. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902697000700>

UNIVERSIDAD ANTIOQUIA. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014], Disponible en internet: <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/BibliotecaProgramas/GestionTecnologica/EmprendimientoEmpresarial/Presentacion>

UNIVERSIDAD DE LA SABANA. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: <http://www.unisabana.edu.co/unidades/alumni-sabana/emprendimiento/formulario-directorio-de-emprendedores/>

UNIVERSIDAD DE MANIZALES [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: <http://www.umanizales.edu.co/u/launiversidad/emprendimiento/html/beneficios.htm>

!

UNIVERSIDAD DEL NORTE. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: <http://www.uninorte.edu.co/web//centro-de-emprendimiento>

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: <http://www.urosario.edu.co/Centro-de-Emprendimiento/>

UNIVERSIDAD EAN. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: http://www.ean.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=764&Itemid=279Z

UNIVERSIDAD EAN. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: http://www.ean.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&Itemid=%20&id=2347:diplomado-de-emprendimiento-femenino-de-alto-impacto-por-universidad-ean&catid=70:noticias-destacadas

UNIVERSIDAD ICESI. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: http://www.icesi.edu.co/cdee/innovando_46/politica_regional_de_emprendimiento.php

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/documentos/UISEmprende.pdf>

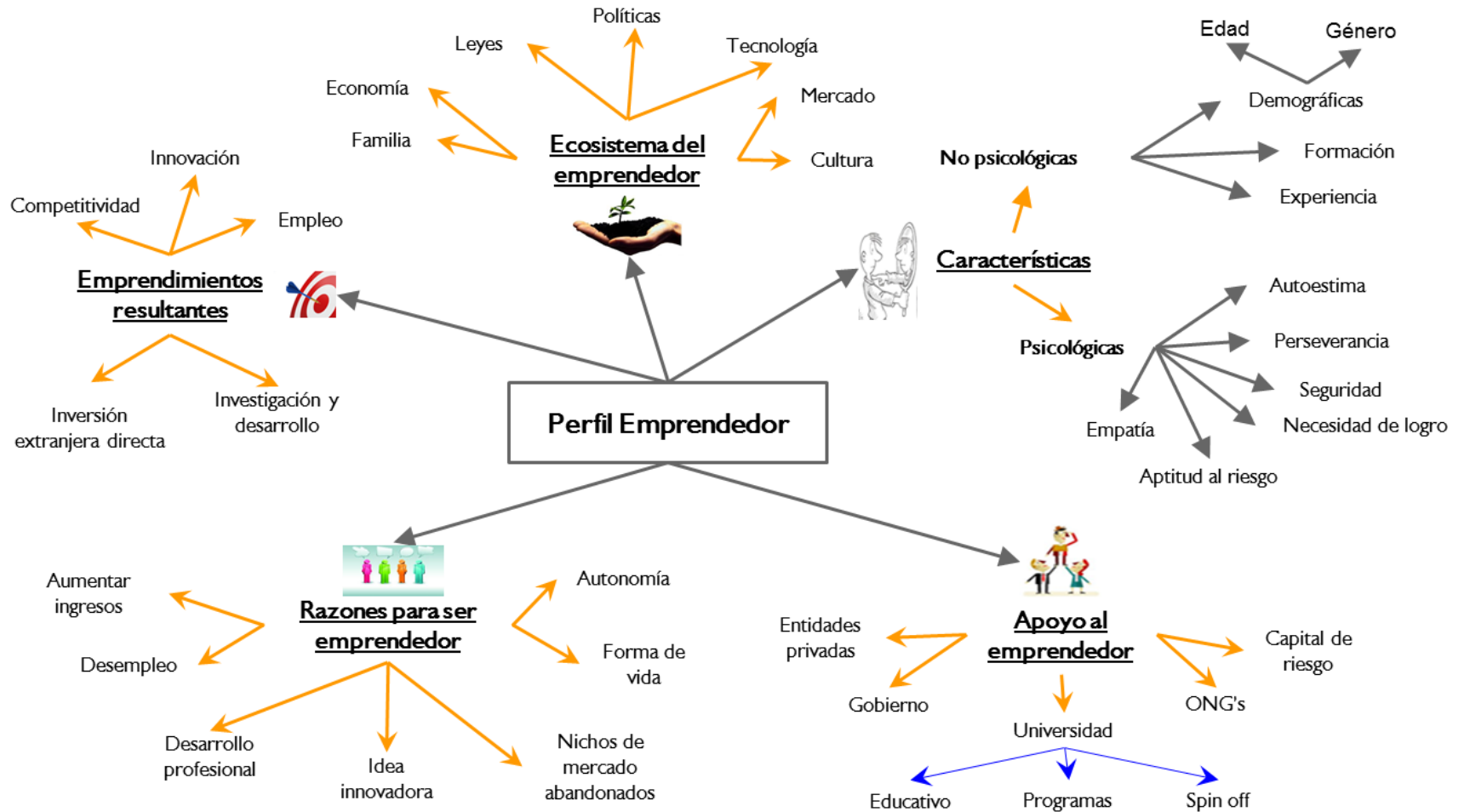
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: <http://www.emprendimiento.unal.edu.co/inicio/uei>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en internet: <http://www.empresarial.unal.edu.co/quienes.html>

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS. [en línea]. [Consultado el 10 de octubre de 2014]. Disponible en: <http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/index.php/apoyo-proyeccion-social/empresas/apoyo-emprendimiento-empresas/unidad-de-emprendimiento-empresas>

ANEXOS ANEXO A. MAPA MENTAL

Figura 23. Mapa mental



ANEXO B

ESTADO DEL ARTE DEL PERFIL EMPRENDEDOR

LIGIA MARCELA DAZA TORRES

Ingeniería Industrial, UIS

Código: 2090333

marceladaza_0421@hotmail.com

MAYERLY KATHERINE RUEDA DURÁN

Ingeniería Industrial, UIS

Código: 2090325

mayek1792@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo de este artículo es presentar los resultados de una revisión sistemática realizada alrededor de la definición de perfil emprendedor. En primer lugar se expone el surgimiento del concepto de perfil emprendedor mencionando los autores más citados y referenciados. Seguidamente, se comenta la relación entre perfil emprendedor y la iniciativa empresarial. Por último, se presenta una breve descripción de los principales factores que influyen en el perfil del emprendedor.

PALABRAS CLAVE: Perfil emprendedor, iniciativa empresarial, familia, educación, locus de control interno, carácter innovador, toma de riesgo, autoeficacia, género, edad.

ABSTRACT

The aim of this paper is present the results of a systematic review conducted about the definition of entrepreneurial profile. In the first place is exposed the rise of concept of entrepreneurial profile mentioning the most cited and referenced authors. Then, is discussed the relationship between entrepreneurial profile and entrepreneurship. Finally, it presents a brief description of the main factors that influence the profile of the entrepreneur.

KEYWORDS: Entrepreneur profile, entrepreneurship, family, education, internal locus of control, innovative character, risk taking, self-efficacy, gender, age.

INTRODUCCIÓN

La creación de nuevas empresas contribuye a aumentar el empleo e impulsar el desarrollo económico y social del área geográfica donde se ubican, de ahí que resulte fundamental conocer qué factores pueden fomentar el emprendimiento (Fernández et al. 2011). Teniendo en cuenta la literatura científica disponible, los autores están enfocando sus investigadores respecto a las características, rasgos y habilidades que debe tener y dominar una persona para ser emprendedor, lo cual conduce a definir el perfil emprendedor.

Este documento está estructurado en seis partes. Posterior a esta introducción, se presenta el surgimiento del concepto de perfil emprendedor, continúa la explicación de la relación entre perfil emprendedor y la iniciativa empresarial, posteriormente se expone la influencia del entorno en la formación de emprendedores, asimismo se enuncian y describen los constructos psicológicos para predecir una tendencia a la iniciativa empresarial, también se mencionan las tendencias de la iniciativa empresarial relacionadas con el género y la edad, por último investigaciones futuras.

1. SURGIMIENTO DEL CONCEPTO DE PERFIL EMPRENDEDOR

A lo largo del tiempo el emprendimiento ha sido conceptualizado por innumerables autores y distintos enfoques. A finales del siglo XVIII e inicios del XIX se presenta un enfoque económico, los autores pioneros en este campo Cantillon (1755) y Say (1803) quienes consideran a los emprendedores como personas que

corrían riesgo, básicamente porque invierten su propio dinero. En el siglo XIX Schumpeter (1934) toma interés por el emprendimiento y considera al emprendedor como un innovador, una persona emprendedora que hace cosas nuevas de una manera nueva, provee nuevos productos, crea nuevas técnicas de producción, descubre nuevos mercados o desarrolla nuevas fuentes de materias primas.

El concepto de perfil emprendedor nace del desarrollo de enfoques realizados a lo largo del tiempo al emprendimiento, entre los enfoques que se relacionan con el perfil emprendedor se encuentra el enfoque psicológico y el gerencial. El enfoque psicológico introducido por McClelland y Collins (1961) plantea el estudio del emprendimiento como un aspecto comportamental, donde el emprendedor es un individuo dotado de una serie de características y rasgos personales que determinan su comportamiento, el enfoque gerencial veciana (1999) postula que, más que tratar de explicar las causas de la creación de empresas, hay que impulsar la generación de nuevos conocimientos y habilidades marcando patrones a seguir, debido a que los comportamientos de los emprendedores se basan en aptitudes o habilidades, que se pueden aprender.

2. PERFIL EMPRENDEDOR ARTICULACIÓN PARA LA INICIATIVA EMPRESARIAL

La iniciativa empresarial de acuerdo a la literatura es constituir o iniciar una empresa con recursos para lograr obtener una utilidad o un beneficio. Han existido individuos emprendedores que su espíritu empresarial fue empujado por

factores negativos como la insatisfacción con el empleo existente, la pérdida de empleo, y los retrocesos de carrera. Alternativamente, los individuos pueden ser jalonados en el espíritu empresarial por factores positivos, tales como formación inicial y la exposición a los negocios que anima a la búsqueda de oportunidades de negocio (Krueger (1993), Mancuso (1973), Gilad y Levine (1986) y Scheinberg y MacMillan (1988)).

Schumpeter considera que la iniciativa empresarial depende de la disponibilidad de los futuros empresarios, posteriormente McClelland genera una corriente de investigación sobre los rasgos de los emprendedores, para identificar aquellas características que motivan a los individuos para iniciar nuevas empresas (Dunkelberg y Cooper (1982)), (Aboud (1971) y Timmons (1978)), en los noventa la literatura psicológica muestra que las intenciones aparecen como el mejor predictor de la conducta planificada (Ajzen, 1991), Se ha argumentado que las intenciones empresariales conforman la clave para comprender el proceso de emprendimiento y pueden ser catalogadas como el primer paso en el largo y complejo proceso de emprendimiento (Gardner, Kelly, Gatewood y Katz, 1994).

Con el propósito de fomentar la iniciativa empresarial recientemente gran número de autores están enfocando sus investigaciones respecto a las características, rasgos y habilidades que debe tener y dominar una persona para ser emprendedor, por lo cual definir el perfil emprendedor se ha convertido en un tema con gran auge. Kuratko (2005), indica

que el surgimiento de la iniciativa emprendedora y el interés académico ha despertado en los últimos años, dentro de las ciencias sociales, un crecimiento del campo de la educación empresarial; así lo mencionan Guzmán y Liñán (2005) y Varela (2008), Además se refleja un interés mundial en la literatura por definir el perfil emprendedor para lograr identificar aquellas características que se puedan aprender o desarrollar con el propósito de aumentar la iniciativa empresarial de las personas para mejorar la economía en los países a través de la generación de nuevas empresas que conllevan a la creación de nuevos empleos.

3. INFLUENCIA DEL ENTORNO EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES

Desde finales del siglo XX, se ha creado el reto de cómo fomentar continuamente el espíritu emprendedor en las personas, asimismo las investigaciones se están enfocando en realizar estudios de campo con emprendedores y no emprendedores con el objetivo de identificar rasgos psicológicos y climas de emprendimiento que aumentan al desarrollo de emprendedores.

El clima de emprendimiento definido como el conglomerado de condiciones y circunstancias que rodean un lugar específico y que afectan directa o indirectamente las intenciones emprendedoras de las personas que están dentro de este entorno. El clima de emprendimiento debe ser visto desde una óptica sistémica en la cual inciden factores de diversa índole, tanto formales como informales (Morales Parragué, 2009). De acuerdo a las investigaciones

revisadas, existen factores condicionantes en el ambiente de las personas que contribuyen a formar el clima donde se forman los emprendedores, entre los cuales se encuentran la familia, la escuela, universidad, ciudad, experiencias laborales y personales (F. A. Delicio, 2007).

El entorno presenta factores que influyen en el emprendimiento, en la medida en que lo apoyan o generen obstáculos para desarrollarlo. Entre los más destacados en la literatura se encuentran la familia y la educación.

- **FAMILIA**

El papel y la influencia de la familia sobre las intenciones empresariales es un área que ha recibido una atención importante en la literatura de emprendedores teniendo en cuenta que el espíritu empresarial a menudo se produce en personas que contienen miembros de la familia (Ruef (2003) y Aldrich (2002)). Autores explican que los miembros de la familia facilita el proceso de crear empresa a los emprendedores, puesto que provisionan de recursos financieros y humanos Zhang (2003) y Steier y Greenwood (2000)).

La presencia de un miembro de la familia emprendedor aumenta ambiciones empresariales en la familia dado que esta persona puede servir como modelo a seguir por tanto influye en la motivación los miembros de la familia para ser emprendedores. Davidsson y Honig (2003) encontraron que había una relación positiva entre tener los padres amigos cercanos en los negocios y el fomento y apoyo de la familia.

Entre los estudios que han considerado el papel de la familia en la iniciativa empresarial se encuentra el de Baughn (2006) quien identificó el apoyo familiar como uno de los determinantes fundamentales del espíritu emprendedor confirmando la hipótesis de otros autores mencionados.

La tradición familiar ha sido identificada como un factor influyente en la creación de empresas (Fuentes y Sanchez (2010), Levent Altinay, Melih Madanoglu, Roberto Daniele, Conrad Lashley, Altinay, Madanoglu, Daniele y Lashley (2012)). La relación entre la tradición familiar y la iniciativa empresarial es una hipótesis la cual han planteado varios autores en sus estudios donde es medida como una variable dicotómica, con el valor de uno o cero si existen o no empresarios en la familia, la mayoría de estudios revisados afirman verdadera la hipótesis de la iniciativa empresarial y la tradición familiar, aunque en existen algunos que presentan discrepancia con la afirmación de dicha hipótesis.

- **EDUCACIÓN**

La educación permite a la persona adquirir un mejor conocimiento sobre las posibilidades y los medios de emprender y le permite tener una mayor determinación en sus intenciones (von Graevenitz et al, 2010).

La relación entre la educación y la creación de empresas ha sido largamente estudiada por la literatura internacional desde distintas perspectivas y enfoques. Por un lado, aparecen aquellos estudios que sobre la base de muestras de la población general, encuentran una relación positiva entre el nivel educativo de los individuos y su propensión a

emprender (Borjas y Bronars (1989), Cowling y Taylor (2001), Delmar y Davidsson (2000), Gill (1988), Karcher (1998), Lafuente y Salas (1989), Rees y Shah (1986), Robinson y Sexton (1994)).

En segundo lugar se puede ubicar a un grupo de trabajos que estudian distintos tipos de emprendedores, tales como los basados en la tecnología, caracterizados por niveles de educación relativamente elevados (Colombo y Delmastro (2001), Fayolle y Ulijn (2001), Litvak y Maule (1976)).³¹ Finalmente, se encuentra una serie de investigaciones orientadas a evaluar el impacto de los cursos para emprendedores que se dictan en las universidades y las características de las empresas creadas por sus egresados (Brown y Galloway (2002), Charney y Libecap (2000), Clark y otros (1984), Deschoolmeester y otros (1997), Kolvereid y Moen (1997), Levie y otros (2001), Lüthje y Franke (2002), Tackey y otros (1999), Upton y otros (1995)).

Las universidades son importantes en la educación de la iniciativa empresarial, ya que pueden aumentar la motivación y la competencia de sus graduados a convertirse en personas clave en las actividades innovadoras y emprendedoras (Rasmussen R.A. y Sorheim R. (2006)).

La infraestructura de la educación empresarial ha surgido en las instituciones de educación superior de Estados Unidos desde un curso de emprendimiento que fue ofrecido primero a los estudiantes de MBA de Harvard en 1947 (Katz, J.A. (2003)). Desde entonces, el espíritu empresarial comenzó a tener lugar en la agenda de las escuelas de negocios de todo el mundo.

4. CONSTRUCTOS PSICOLÓGICOS PARA PREDECIR UNA TENDENCIA A LA INICIATIVA EMPRESARIAL

Los principales modelos de emprendimiento consideran el proceso cognitivo como parte primordial de la esencia del emprendedor en su intención emprendedora (Chen, 1998). Existen constructos psicológicos íntimamente ligados al fenómeno emprendedor debido a que muchos de estos potencializan la posibilidad de surgimiento y éxito de la actividad empresarial en cualquier región del mundo. Algunos de los factores más frecuentemente estudiados en relación a la conducta emprendedora han sido el locus de control interno, carácter innovador, toma de riesgo y autoeficacia. A continuación se presenta una breve revisión de los resultados disponibles de investigaciones previas que relacionan estos factores con el fenómeno emprendedor.

• LOCUS DE CONTROL INTERNO

El locus de control indica el grado en que las personas creen que el destino o la suerte en lugar de las propias acciones controlan su vida (Rotter 1966). Los individuos internos creen en la eficacia de su propio comportamiento, mientras que los externos creen que el destino o la suerte juegan un papel importante en la determinación de los resultados.

Para Rotter este constructo es una característica aprendida y estable, más recientemente algunos autores consideran que éste puede desarrollarse (Hansemark 2003). Se considera, por tanto, que el locus de control no es innato sino que está influenciando por procesos externos y

puede desarrollarse durante el proceso madurativo de la persona.

La mayoría de las investigaciones sobre el locus de control han evaluado y medido con la escala IE de Rotter (1966) o posteriores adaptaciones y mejoras de esta, tal como el Inventario de Personalidad de Jackson (JPI) que se base en las 20 necesidades manifiestas descritas por Murray (1938) y está diseñado con alta saturación de contenido para evaluar la personalidad de un individuo en una amplia gama de situaciones (Jackson 1967).

La motivación de logro o necesidad de logro es evidente en una persona que aspira a lograr tareas difíciles, mantiene altos estándares, trabaja hacia el logro de objetivos distantes, responde de manera positiva a la competencia, o está dispuesto a poner un esfuerzo para alcanzar la excelencia (Jackson 1967).

● **CARÁCTER INNOVADOR**

La creatividad y la innovación son condiciones inherentes a la función de la iniciativa empresarial (Drucker 1985, Olson 1985 y Timmons 1978). La innovación sigue siendo una característica funcional frecuentemente identificada en los empresarios (Carland 1984, Coman, Perles y Vancini 1988, Gartner 1990, Hornaday 1992 y Kets de Vries 1977).

Schumpeter (1934) describió la innovación empresarial en cuanto a la introducción de nuevos productos o métodos de producción, la apertura de nuevos mercados o nuevas fuentes de abastecimiento, o la reorganización de las industrias. Estos comportamientos son indicativos de un nivel de la capacidad creativa que poseen los empresarios, que

se manifiesta en su comportamiento estratégico.

El espíritu empresarial atrae a las personas que tienden a preferir un estilo más innovador en la solución de problemas y la toma de decisiones (Goldsmith y Kerr 1991).

El instrumento utilizado para describir los empresarios que se correlacionan altamente con la capacidad de innovación es la escala del Inventario de Personalidad de Jackson (JPI) (Jackson 1976), que se compone de 20 preguntas bipolares destinadas a maximizar la saturación de contenidos y la reducción de sesgo de respuesta.

Una persona creativa e inventiva tiene un pensamiento original, motivado para desarrollar nuevas soluciones a los problemas, valores de nuevas ideas y le gusta improvisar.

● **TOMA DE RIESGO**

La asunción de riesgos puede conceptualizarse de manera efectiva como la orientación de una persona hacia correr riesgos en un escenario de toma de decisiones (Sexton y Browman 1985).

Una definición más detallada de la propensión de tomar riesgo es dada por Brockhaus (1980: p.513): “La propensión para la toma de riesgos se define como la probabilidad percibida de recibir las recompensas asociadas con el éxito de una situación propuesta, que es requerida por un individuo antes de que él se someta a las consecuencias asociadas al fracaso, la situación alternativa que proporciona una menor recompensa como consecuencia así como menos grave que la situación propuesta”.

La edición revisada del Inventario de Personalidad de Jackson también evalúa la propensión de la toma de riesgos. La escala de asunción de riesgos del JPI permite el examen de cuatro componentes relativamente independientes de la toma de riesgos: sociales, físicos, monetarios y éticos; sin embargo, el riesgo monetario se pondera más fuertemente (Jackson 1976).

La siguiente es una descripción de la máxima anotadora de la Escala de Riesgo (Jackson 1976): Disfruta de los juegos de azar y tomar una oportunidad, voluntariamente se expone a situaciones con resultados inciertos, disfruta de las aventuras que tienen un elemento de peligro, tiene posibilidades sin preocuparse por el peligro.

● **AUTOEFICACIA**

La autoeficacia asume que la experiencia, el aprendizaje, el control de las emociones y la persuasión verbal (Bandura, Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change, 1977), son factores críticos de la propia percepción de las capacidades e intenciones.

En base al nivel de la autoeficacia, se genera un constructo que define unos elementos que infieren en el emprendedor para tener mejores posibilidades de realizar su proceso de creación de empresa (Venkataraman, 2000) este constructo, llamado Autoeficacia Emprendedora (ESE Entrepreneurial Self-Efficacy) define unos parámetros que pueden potenciar las habilidades y competencias del emprendedor.

El constructo de la autoeficacia emprendedora mide la confianza de una persona para crear satisfactoriamente un negocio emprendedor, esto evaluado sobre diferentes ópticas: Disposición, creencias, experiencia, voluntad, etc. (McGee, 2009).

La General Self-Efficacy Scale (GSE: Schuarzer & Jerusalem, 1995) es el instrumento con el cual se mide la Autoeficacia, consta de 10 ítems que capturan la creencia que la persona puede realizar tareas nuevas o difíciles, o hacer frente a la adversidad. Se solicita a los participantes que califiquen cada afirmación en una escala de 4 puntos. Las puntuaciones más altas se asocian con mayores niveles de autoeficacia percibida.

5. TENDENCIAS DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL RELACIONADAS CON EL GÉNERO Y LA EDAD

● **GÉNERO**

En un estudio cuantitativo utilizando los datos ofrecidos por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para el año 2010, Álvarez y Cols (2011) afirmaron que los factores informales (percepción de habilidades para emprender, redes sociales y rol familiar) tenían un efecto significativo sobre la probabilidad de ser mujer emprendedora, mientras que los factores formales del entorno (financiación, políticas de apoyo no económicas y formación) no tenían ningún efecto diferencial entre las mujeres emprendedoras, en comparación con los hombres. Este estudio del entorno como factor explicativo del emprendimiento diferencial entre hombres y mujeres, Baughn et al. (2006)

y Lagowitz & Minniti (2007) afirmaron que en sociedades donde el rol de la mujer está muy ligado a las responsabilidades familiares, la actividad emprendedora se percibe como menos deseable entre las mujeres. En este sentido, William (2004) observó cómo a medida que aumentaba la preocupación y dedicación a los hijos entre las mujeres, se reducía la duración y éxito de sus empresas.

En Colombia, la iniciativa emprendedora por parte de las mujeres es inferior a la de los hombres, tal y como ponen de manifiesto los informes anuales que publica el consorcio Global Entrepreneurship Monitor. Entre las causas por las que las mujeres emprenden menos o están menos dispuestas a emprender, está el hecho de que éstas buscan la flexibilidad laboral, mientras que los hombres asocian la actividad emprendedora con tener mejores condiciones laborales. Otro aspecto a destacar es que las mujeres prefieren una relación de dependencia laboral, preferentemente en grandes corporaciones, donde se pueda ascender, siendo la seguridad en el puesto de trabajo un aspecto muy valorado en detrimento de afrontar nuevos desafíos de proyectos personales.

Todas estas argumentaciones permiten llegar a la conclusión que si la mujer emprende menos no es porque no pueda hacerlo o tenga menor capacidad, sino porque tiene otras alternativas laborales más satisfactorias, especialmente debido a una mayor preferencia por la estabilidad en el empleo y la conciliación familiar.

● EDAD

La iniciativa empresarial se considera muy relevante en todos los ámbitos de la sociedad, sin embargo es especialmente significativa entre los jóvenes, gremio caracterizado por su creatividad, innovación, espíritu emprendedor y aventurero, menor aversión al riesgo y mayor sensibilidad hacia los cambios tecnológicos, lo que hace más proclive a embarcarse en este tipo de proyectos.

Ronstadt (1983, 1984) ha investigado cuidadosamente la importancia de la edad y concluye que no existe una edad ideal para empezar la carrera emprendedora, aunque dada una preparación y un entrenamiento adecuado es preferible comenzar temprano. La razón puede deberse a que si se emprende a una edad temprana es más fácil dejar un puesto de trabajo y crear una empresa, pues las cargas familiares pueden afrontarse mejor que cuando hay hijos y las necesidades financieras son más elevadas. Además, hay una relación inversa entre edad y cambio o rotación de empleo. A mayor edad, la posición o el estatus alcanzado desalientan a una persona a correr el riesgo de iniciar una nueva actividad laboral.

6. INVESTIGACIONES FUTURAS

Es recomendable estudiar cada una de las características que definen perfil emprendedor individualmente, con el fin de proporcionar mayor profundidad en la relación de cada una de ellas con la iniciativa empresarial por ejemplo actualmente se está evidenciando que las empresas son creadas por personas relativamente jóvenes sería conveniente observar que tan exitosas son las empresas creadas por personas en cierta

edad con poca experticia y el éxito de las empresas creadas por personas mayores con mayor madurez y experiencia, con el fin de mirar que tan conveniente ha sido el aumento de la tendencia de emprender a temprana edad profesional.

CONCLUSIONES

Se han presentado diferentes enfoques para el emprendimiento, finalmente uno de los más importantes e influyentes para el desarrollo de este boom de emprender ha sido el enfoque psicológico introducido por McClellan en la década de los 60, donde el emprendedor es un individuo que cuenta con unas características y rasgos personales que conllevan a su comportamiento.

En relación a la conducta emprendedora existe un amplio portafolio de características de personalidades estudiadas a través de encuestas y análisis entre poblaciones emprendedoras y no emprendedoras entre las más mencionadas y validadas su relación positiva con la iniciativa empresarial se encuentran: El locus de control interno donde el individuo tiene la percepción que los eventos ocurren principalmente como efecto de sus propias acciones, el gusto a tomar riesgos, La innovación característica que se ve reflejada en personas creativas e inventivas que tienen un pensamiento original, por último el constructo de la autoeficacia emprendedora que muestra la confianza de una persona para crear satisfactoriamente un negocio emprendedor.

La edad y el género son características que permiten delimitar el perfil emprendedor, de acuerdo a las últimas

tendencias en las investigaciones el género masculino tiene mayor presencia en las iniciativas empresariales y respecto a la edad los emprendedores ahora son jóvenes. Según el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en Colombia entre las edades de 18 y 34 presentan la mayor proporción de emprendedores por oportunidades, esta tendencia puede estar motivada por los efectos del mundo laboral, que de alguna forma han generado un quiebre de la carrera empresarial a ciertas edades por falta de experiencia y requisitos al momento de encontrar un trabajo causando en los jóvenes la urgencia de crear empresa tempranamente.

Si bien, en la actualidad las normas han cambiado para mejorar el status de la mujer en el mundo, sin embargo este género continúa atrapado por una mentalidad aguda habituada al limitarse por compromisos familiares, contribuyendo a la reducción de iniciativa empresarial y a la carencia de éxito de las empresas creadas por mujeres, por tanto resultados de estudios indican deficiencia de participación del género femenino en la iniciativa emprendedora y muestran diferencias en los motivos de emprender entre el género masculino y femenino, tanto así que los hombres asocian la actividad emprendedora con tener mejores condiciones laborales y las mujeres buscan flexibilidad laboral en el momento de emprender a causa de sus rasgos psicosociales y obstáculos creados como cultura por la sociedad.

Es importante reconocer el valor que tiene determinar el perfil emprendedor en las personas, puesto que contribuye a conocer ciertos criterios que se pueden

parametrizar y generalizar con el fin de enseñar a la personas, dado que se evidencia de acuerdo a literatura revisada que entre mayor educación y entorno favorable (familia emprendedoras, empresas y universidades) donde se experimenta aprendizajes, estos contribuyen a las personas aumentar la iniciativa empresarial. Un tendencia de emprendimiento conlleva al mejoramiento en las economías de los países, generación de empleos e invenciones que aumentan el desarrollo global.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEMANY, L. ALVEREZ, C. PLANELLAS, M. URBANO, D. Iniciativa Emprendedora. En: Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España. ESADE Entrepreneurship Institute, 2011. p. 15-35. Disponible en Internet: http://www.cise.es/wp-content/uploads/2013/03/9_LBIEE_Documento-Final.pdf
- ARAZZINI, Martina y DE GEORGE-WALKER, Linda. Self-handicapping, perfectionism, locus of control and self-efficacy: A path model. [online] *Personality and Individual Differences*, vol. 66 (agosto 2014), p. 160-164. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886914002062>
- ASKUN, Bige y YILDIRIM, Nihan. Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not? [online] *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 24 (2011), p. 663-676. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811015783>
- BENAVIDES, María del Mar, SÁNCHEZ, María Isabel y LUNA, Roberto. El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: Un análisis cualitativo en el ámbito universitario. [online] *DYO* (30 abril 2004), p. 30-48. Disponible en internet: <http://revistadyo.com/index.php/dyo/articloe/view/122/122>
- CALVO, Nuria. Emprender vs opositar: claves de la decisión. En: LÓPEZ Ana Jesús. *Emprender: Una perspectiva de género*. A Coruña: Universidade da Coruña, 2013. p. 85 - 96. Disponible en internet: http://www.udc.gal/export/sites/udc/oficinaigualdade/galeria_down/documentos/EMPRENDER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf
- DELGADO, María Isabel, GÓMEZ, Luis, ROMERO, Ana María y VÁZQUEZ, Elena. Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. [online] *Cuaderno de Gestión*, vol. 18, no. 1 (2008), p. 11-24. Disponible en Internet: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/811.pdf>
- DÍAZ, Francisco J. CAPPELLO, Héctor M. y GARCÍA, Pedro A. Social and cultural influences among Mexican border entrepreneurs. [online] *Psychological Reports*, vol. 104, no. 3 (junio 2009), p. 844-852. Disponible en Internet: <http://www.amsciepub.com/doi/abs/10.2466/pr0.104.3.844-852>

FLORES, María Pilar y PALAO, José. Evaluación del impacto de la educación superior en la iniciativa emprendedora. [online] *Historia y Comunidad Social*, vol. 18, no. Esp. Nov. (2013), p. 377 - 386. Disponible en internet: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44256/41812>

FUENTES, Fernando y SÁNCHEZ, Sandra. Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. [online] *Estudios de economía aplicada*, vol. 28, no. 3 (2010), p. 1-28. Disponible en internet: <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>

KANTIS, Hugo, POSTIGO, Sergio, FEDERICO, Juan y TAMBORINI, María Fernanda. El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? evidencias empíricas para el caso de Argentina. [online] Disponible en internet: <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2006-2003%20Kantis-Postigo-Federico-Tamborini.pdf>

LEÓN, Luis Gabriel. Influencia del “Entrepreneurial Self-Efficacy” en el emprendedor. Trabajo de grado Administrador. Bogotá D.C.: Universidad EAN. Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas, 2013. Disponible en internet: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/4645/9/LeonLuis2013.pdf>

LEVENT, Altinay, MADANOGLU, Melih, DANIELE, Roberto y LASHLEY, Conrad. The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. [online]

International Journal of Hospitality Management (2012), p. 489-499. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911001162>

PEREIRA, Fernando, OSORIO, Fabián, MEDIANA, Lina María, VESGA, Rafael, QUIROGA, Raúl Fernando, GOMEZ, Liyis, RESTREPO, Juan Guillermo, VALERA, Rodrigo y SOLER, Juan David. Colombia Global Entrepreneurship Monitor 2011-2012. [online] Disponible en Internet: <http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2011/>

PULGARÍN, Sergio Andrés y CARDONA, Marleny. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. [online] *Rev. esc. adm. neg.* No. 71 (Julio-Diciembre), p. 22-39. Disponible en internet: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/549/537>

SÁNCHEZ, María L. Perfil psicológico del autoempleado. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Psicología, 2003. Disponible en internet: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t26888.pdf>

STEWART, Wayne H. WATSON, Warren E. CARLAND, Joann C. CARLAND, James W. A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. [online] *Journal of Business Venturing*, vol. 14, no. 2 (marzo 1999), p. 189-214. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902697000700>

ANEXO C. CUESTIONARIO PRELIMINAR

ENCUESTA PARA EL ANÁLISIS Y ELABORACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

Su opinión es de gran importancia para la realización de un diagnóstico acertado del perfil emprendedor del egresado UIS. Agradecemos su colaboración y objetividad en el diligenciamiento de la presente encuesta.

La información obtenida de la encuesta se mantendrá bajo estricta confidencialidad, los datos serán utilizados únicamente por el personal de investigación.

Si es de su interés, su respuesta le dará acceso a capacitaciones y otros beneficios por parte del Programa de Emprendimiento UIS-Emprende. También le haremos llegar los resultados de esta investigación.

OBJETIVO

El objetivo de este cuestionario es investigar la relación entre los factores del entorno y los factores personales de los egresados de la Universidad Industrial de Santander y su intención de poner en marcha un negocio con el fin de identificar y estructurar el perfil emprendedor del Egresado UIS, para comprender el impacto de la universidad en la creación de empresas.

Una vez leído el documento de consentimiento informado para realizar encuestas y entrevistas dirigida a estudiantes y egresados de la Universidad Industrial de Santander, si usted acepta participar voluntariamente en la presente investigación, por favor seleccione la opción ACEPTO; en caso contrario seleccione NO ACEPTO.

ACEPTO ____

NO ACEPTO ____

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

I. Género

Masculino __

Femenino __

II. Programa Académico de Pregrado que cursó

III. Grado

¿Cuál fue el año de graduación del programa de pregrado? Por favor selecciónelo del siguiente listado:

- | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1994 | <input type="checkbox"/> 2001 | <input type="checkbox"/> 2008 |
| <input type="checkbox"/> 1995 | <input type="checkbox"/> 2002 | <input type="checkbox"/> 2009 |
| <input type="checkbox"/> 1996 | <input type="checkbox"/> 2003 | <input type="checkbox"/> 2010 |
| <input type="checkbox"/> 1997 | <input type="checkbox"/> 2004 | <input type="checkbox"/> 2011 |
| <input type="checkbox"/> 1998 | <input type="checkbox"/> 2005 | <input type="checkbox"/> 2012 |
| <input type="checkbox"/> 1999 | <input type="checkbox"/> 2006 | <input type="checkbox"/> 2013 |
| <input type="checkbox"/> 2000 | <input type="checkbox"/> 2007 | <input type="checkbox"/> 2014 |

IV. Nivel Académico

¿Cuál es el mayor nivel académico que ha cursado y recibido título?

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pregrado | <input type="checkbox"/> Maestría |
| <input type="checkbox"/> Especialización | <input type="checkbox"/> Doctorado |

V. Experiencia laboral en pregrado

Trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado

Sí No

TEST PARA EVALUAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR

Responda verdadero o falso a las siguientes afirmaciones de acuerdo a su personalidad:

1. Si la opinión pública me es contraria, generalmente pienso que estoy equivocado

Verdadero **Falso**

2. Casi siempre acepto un reto

Verdadero **Falso**

3. Me gustaría vagar libremente de país en país

Verdadero **Falso**

4. Selecciono cuidadosamente las cosas que hago porque quiero tener una vida larga y saludable

Verdadero **Falso**

5. Las aventuras en las que estoy solo me asustan un poco

Verdadero **Falso**

6. Me divertiría hacer equilibrio en un alambre

Verdadero **Falso**

7. A menudo sorprendo a la gente con mis ideas novedosas

Verdadero **Falso**

8. Cuando era niño, tenía muchas ganas de ser independiente

Verdadero **Falso**

9. Jamás se me ocurriría ser bombero
Verdadero __ **Falso**__
10. No me gusta separarme mucho de mi familia
Verdadero __ **Falso**__
11. Nunca dejaría de hacer algo que promete ser divertido por el sólo hecho de ser divertido
Verdadero __ **Falso**__
12. Mi mayor deseo es ser independiente y libre
Verdadero __ **Falso**__
13. La gente a menudo me pide ayuda en actividades creativas
Verdadero __ **Falso**__
14. No me puedo imaginar saltando de un aeroplano como los paracaidistas
Verdadero __ **Falso**__
15. Generalmente trato de compartir mis problemas con alguien que me pueda ayudar.
Verdadero __ **Falso**__
16. Creo que sería divertido y excitante sentir un terremoto
Verdadero __ **Falso**__
17. Me gustaría tener un trabajo donde no tuviera que darle cuenta a nadie
Verdadero __ **Falso**__
18. Evito algunos pasatiempos y deportes porque son peligrosos
Verdadero __ **Falso**__
19. Puedo obtener más satisfacción de dominar una habilidad que viene con una nueva idea
Verdadero __ **Falso**__
20. Muchas veces hago cosas sólo porque las costumbres sociales lo indican
Verdadero __ **Falso**__
21. Me gustaría sentir la sensación de subir en un elevador abierto hasta la punta de un rascacielos
Verdadero __ **Falso**__
22. Si tengo un problema prefiero resolverlo solo
Verdadero __ **Falso**__
23. Procuero evitar los trabajos que requieran maquinaria y herramientas peligrosas
Verdadero __ **Falso**__
24. Las responsabilidades familiares me hacen sentirme importante
Verdadero __ **Falso**__
25. Yo prefiero el trabajo que requiere el pensamiento original
Verdadero __ **Falso**__
26. No me molestaría nada yo solo en un lugar desconocido
Verdadero __ **Falso**__
27. Me encanta sentirme sin lazos que me aten
Verdadero __ **Falso**__
28. Prefiero una vida calmada y segura a una vida llena de aventuras
Verdadero __ **Falso**__

29. Respeto a las leyes porque yo me guio por ellas
Verdadero __ **Falso**__
30. Me parece una aventura maravillosa cruzar el océano en un bote de vela
Verdadero __ **Falso**__
31. Normalmente sigo haciendo un nuevo trabajo exactamente de la forma en que me enseñaron
Verdadero __ **Falso**__
32. Creo que puedo pensar mucho mejor sin tomarme la molestia de escuchar consejos
Verdadero __ **Falso**__
33. Nunca voy a las partes de la ciudad que considero peligrosas
Verdadero __ **Falso**__
34. He descubierto que en la mayoría de los trabajos, se logra más mediante el esfuerzo combinado de varias gentes, que el de una trabajando sola
Verdadero __ **Falso**__
35. Me gustaría explorar por la noche una casa vieja
Verdadero __ **Falso**__
36. No me molestaría vivir en un lugar muy solitario
Verdadero __ **Falso**__
37. Me gustaría un trabajo que requiere habilidad y práctica en lugar de la inventiva
Verdadero __ **Falso**__
38. Creo que sería peligroso jugar en un deslizador
Verdadero __ **Falso**__
39. El sentir que formo parte de algo, es muy importante para mi
Verdadero __ **Falso**__
40. Me gustaría andar en motocicleta
Verdadero __ **Falso**__
41. El tener un hogar tiende a atar a las personas más de lo que a mí me gustaría
Verdadero __ **Falso**__
42. No me subiría a una escalera de mano si no estuviera alguien que la sostenga
Verdadero __ **Falso**__
43. Yo no soy una persona muy creativa
Verdadero __ **Falso**__
44. Puedo trabajar mucho mejor cuando recibo estímulos de los demás
Verdadero __ **Falso**__
45. Me encanta la sensación de la velocidad
Verdadero __ **Falso**__
46. Mi idea del matrimonio perfecto, es que ambos sigan teniendo la misma independencia que cuando eran solteros
Verdadero __ **Falso**__
47. Me parece tonto esquiar sabiendo que mucha gente se lastima
Verdadero __ **Falso**__
48. Me gusta experimentar con diferentes formas de hacer lo mismo
Verdadero __ **Falso**__

Se tiene una escala de 1 a 4 donde 1 es incorrecto, 2 apenas cierto, 3 más bien cierto y 4 cierto, favor seleccionar la respuesta indicada de acuerdo a su personalidad.

	Incorrecto	Apenas cierto	Cierto	Muy cierto
1. Puede encontrar la manera de obtener lo que quiere aunque alguien se lo oponga				
2. Puede resolver problemas difíciles si se esfuerza lo suficiente				
3. Le es fácil persistir en lo que se ha propuesto hasta llegar a alcanzarlo				
4. Tiene confianza en que podría manejar eficazmente acontecimientos inesperados				
5. Gracias a sus cualidades y recursos puede superar situaciones imprevistas				
6. Cuando se encuentra en dificultades puede permanecer tranquilo/a porque cuenta con las habilidades necesarias para manejar situaciones difíciles				
7. Venga lo que venga, por lo general es capaz de manejarlo				
8. Puede resolver la mayoría de sus problemas si se esfuerza lo necesario				
9. Si se encuentra en una situación difícil, generalmente se le ocurre que debe hacer				
10. Al tener que hacer frente a un problema, generalmente se le ocurren varias alternativas de cómo resolverlo				

ENTORNO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

VI. Familia

¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa, indique el grado de consanguinidad?

- Primer grado (Padres)
- Segundo grado (Hermanos y/o abuelos)
- Tercer grado (Tíos y/o bisabuelos)
- Cuarto grado (Primos)
- No tengo familiares que hayan creado empresa

VII. Formación emprendedora

¿Qué tipo de formación emprendedora ha recibido?

- Asignaturas o electivas de su plan de estudios
- Cursos con duración de menos de 20 horas
- Cursos con duración de 20 a 40 horas
- Cursos con duración de 41 a 60 horas
- Cursos con duración de más de 60 horas
- No ha recibido formación emprendedora

VIII. ¿Conoce alguna entidad que brinde apoyo para la creación de empresas?

- No
- Sí, ¿Cuál? _____

IX. ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?

- No, no ha tenido la intención **(Pase a la pregunta a)**
- No, pero ha tenido la intención **(Pase a la pregunta b)**
- Sí **(Pase a la pregunta c)**

a) Si su respuesta es “No, no ha tenido la intención”, ¿cree que consideraría crear una empresa en el futuro?

Sí ___ No___

Muchas gracias por diligenciar la encuesta. Por favor escriba su correo electrónico para hacerle llegar las invitaciones del Programa UIS- Emprende y los resultados de esta investigación:

b) Si su respuesta es “No, pero ha tenido la intención”, enuncie la(s) razón(es) de por qué no ha creado la empresa

Muchas gracias por diligenciar la encuesta. Por favor escriba su correo electrónico para hacerle llegar las invitaciones del Programa UIS- Emprende y los resultados de esta investigación:

c) Si su respuesta es Sí, por favor seguir diligenciando la encuesta.

PREGUNTAS PARA EGRESADOS EMPRENDEDORES

Si ha creado una empresa, responda las siguientes preguntas:

X. Experiencia laboral

¿Después de obtener el título de pregrado, trabajó antes de crear su empresa?

Sí ___ No___

XI. ¿Cuántas empresas ha creado?

- ___ 1 empresa
- ___ 2 empresas
- ___ 3 empresas
- ___ 4 empresas
- ___ 5 empresas
- ___ Más de 5

Si su respuesta fue 2 o más empresas, seleccione la de mayor éxito para responder las preguntas de la XII a la XVI.

XII. ¿Cuál es el nombre de la organización o empresa?

XIII. Año de creación

¿Cuál fue el año de creación de la empresa? Por favor selecciónelo del siguiente listado

- | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1994 | <input type="checkbox"/> 2001 | <input type="checkbox"/> 2008 |
| <input type="checkbox"/> 1995 | <input type="checkbox"/> 2002 | <input type="checkbox"/> 2009 |
| <input type="checkbox"/> 1996 | <input type="checkbox"/> 2003 | <input type="checkbox"/> 2010 |
| <input type="checkbox"/> 1997 | <input type="checkbox"/> 2004 | <input type="checkbox"/> 2011 |
| <input type="checkbox"/> 1998 | <input type="checkbox"/> 2005 | <input type="checkbox"/> 2012 |
| <input type="checkbox"/> 1999 | <input type="checkbox"/> 2006 | <input type="checkbox"/> 2013 |
| <input type="checkbox"/> 2000 | <input type="checkbox"/> 2007 | <input type="checkbox"/> 2014 |

XIV. Departamento

Seleccione el departamento en el cual fue creada la empresa

- | | | |
|------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> Amazonas | <input type="checkbox"/> Chocó | <input type="checkbox"/> Putumayo |
| <input type="checkbox"/> Antioquía | <input type="checkbox"/> Córdoba | <input type="checkbox"/> Quindío |
| <input type="checkbox"/> Arauca | <input type="checkbox"/> Cundinamarca | <input type="checkbox"/> Risaralda |
| <input type="checkbox"/> Atlántico | <input type="checkbox"/> Guainía | <input type="checkbox"/> San Andrés |
| <input type="checkbox"/> Bolívar | <input type="checkbox"/> Guaviare | <input type="checkbox"/> Santander |
| <input type="checkbox"/> Boyacá | <input type="checkbox"/> Guajira | <input type="checkbox"/> Sucre |
| <input type="checkbox"/> Caldas | <input type="checkbox"/> Huila | <input type="checkbox"/> Tolima |
| <input type="checkbox"/> Caquetá | <input type="checkbox"/> Magdalena | <input type="checkbox"/> Valle del Cauca |
| <input type="checkbox"/> Casanare | <input type="checkbox"/> Meta | <input type="checkbox"/> Vaupés |
| <input type="checkbox"/> Cauca | <input type="checkbox"/> Nariño | <input type="checkbox"/> Vichada |
| <input type="checkbox"/> Cesar | <input type="checkbox"/> Norte de Santander | |

XV. Edad

¿Seleccione el rango de su edad en el momento de la constitución de la empresa?

- 21 a 25 años
- 26 a 30 años
- 31 a 35 años
- 36 a 40 años
- 41 a 45 años
- 46 a 50 años
- Mayor a 50 años

XVI. ¿Contó con apoyo de alguna entidad para la creación de la empresa?

Sí ¿Cuál es el nombre de la entidad? _____

No

XVII. Clasificación de la empresa según su actividad económica

Seleccione la clasificación según el tipo de actividad económica a la que se dedica su empresa

- Agropecuaria
- Comercial
- Industrial
- Minera
- Servicio

XVIII. Tamaño empresaria

Seleccione la clasificación según el tamaño de su empresa

- Microempresa (no superior a 10 trabajadores)
- Pequeña empresa (entre 11 y 50 trabajadores)
- Mediana empresa (entre 51 y 200 trabajadores)
- Grande (más de 200 trabajadores)

XIX. ¿Cuál es el principal producto o servicio de su empresa?

XX. ¿La empresa fue constituida legalmente ante Cámara de Comercio?

Sí__ No__

XXII. ¿Ha creado empresa de base tecnológica?

Entiéndase como: “Organizaciones productoras de bienes y servicios, comprometidas con el diseño, desarrollo y producción de nuevos productos y/o procesos de fabricación innovadores, a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos”

Sí __ No__

Muchas gracias por diligenciar la encuesta. Por favor escriba su correo electrónico para hacerle llegar las invitaciones del Programa UIS- Emprende y los resultados de esta investigación:

ANEXO D. CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA REALIZAR ENCUESTAS Y ENTREVISTAS DIRIGIDA A ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

El presente documento tiene como finalidad proveer a los participantes en esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

Objetivo y justificación de la investigación

La presente investigación es liderada por la Doctora AURA CECILIA PEDRAZA AVELLA, Ingeniera Industrial de la Universidad Industrial de Santander, con Maestría en Economía de la Universidad de Los Andes y Doctorado en Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia. El objetivo de este estudio es identificar el perfil emprendedor del estudiante y egresado UIS, iniciando con una caracterización del perfil emprendedor asociado con la creación de empresas en las universidades, según revisión de la literatura científica, y posteriormente identificando el perfil del estudiante y egresado UIS que han creado empresas de base tecnológica, utilizando instrumentos de medición como encuestas y entrevistas.

Con la realización del presente proyecto, denominado "Perfil emprendedor del estudiante y egresado de la Universidad Industrial de Santander" y financiado con recursos de la Universidad Industrial de Santander, se pretende realizar una identificación y estructuración del perfil del emprendedor estudiante y egresado UIS, que posteriormente permita formular políticas de apoyo a los emprendedores acordes con dichos perfiles y el entorno económico y social actual, para impulsar la generación de empresas exitosas en el departamento. Además, se espera identificar el perfil relacionado con la creación de empresas de base tecnológica por su impacto en la creación de empleo de alta calidad, la innovación que generan y porque son el origen de las exitosas corporaciones futuras y el puente entre las grandes y pequeñas empresas. Entiéndase empresa de base tecnológica como: "Organizaciones productoras de bienes y servicios, comprometidas con el diseño, desarrollo y producción de nuevos productos y/o procesos de fabricación innovadores, a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos" (CAMACHO, Jaime y PRADILLA, Humberto. Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica: Mecanismo de política y de gestión tecnológica. Ed 1. Bucaramanga: Ediciones UIS, 2002, 85 p.)

Procedimientos a los cuales estarán sometidos los participantes

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta virtual, para la cual se le pedirá disponibilidad de un tiempo no mayor a 10 minutos. La encuesta se enviará por correo electrónico y se realizará un seguimiento vía telefónica, con el fin de garantizar el diligenciamiento y envío de la misma.

Compromiso de proporcionarle información actualizada obtenida durante el estudio

Las personas participantes en la presente investigación podrán solicitar información acerca de las conclusiones de la misma al finalizar esta fase del proyecto, comunicándose con la directora de la investigación AURA CECILIA PEDRAZA AVELLA o con las personas designadas por ella, a los correos y teléfonos de contacto relacionados al final de este consentimiento.

Tratamiento de la información suministrada

La presente investigación se rige por la Ley 1581 de 2012, el Decreto 1377 de 2013 y la Resolución 1227 de 2013 de la rectoría de la Universidad Industrial de Santander, según los cuales se dará un tratamiento adecuado y protección a la información recolectada por medio de las encuestas a realizar, las cuales no incluirán datos que afecten la intimidad de los participantes o cuyo uso indebido pueda generar alguna alteración física o mental en ellos.

Riesgos y molestias de participar en la investigación

Este estudio es considerado Investigación sin riesgos, según la Resolución 008430 de Octubre 4 de 1993 del Ministerio de Salud. Sin embargo, si alguna de las preguntas durante la encuesta le parece incómoda, el participante tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderla, sin incurrir en algún tipo de riesgo.

Beneficios que puedan observarse

La información suministrada por los participantes para la realización de la presente investigación es de carácter formativo, ya que con base en ella se busca identificar el perfil del estudiante y egresado UIS en la creación de empresas de base tecnológica, con el fin de orientar políticas de apoyo a los emprendedores acordes con estos perfiles. Las personas encuestadas **NO RECIBIRÁN REMUNERACIÓN ECONÓMICA.**

Garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta

En caso de presentarse alguna pregunta o inquietud de parte del participante relacionada con la encuesta, este podrá manifestarla a la directora de la investigación o a las personas por ella delegadas en el momento en que el participante lo considere pertinente.

Libertad de dejar de participar en el estudio

El participante puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en alguna forma.

Confidencialidad de la información

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de la realización de esta investigación. Todas las personas que intervengan en el tratamiento de la información están obligadas a garantizar la reserva de la información inclusive después de finalizada su relación con alguna de las labores que comprende la investigación.

Autorización para uso de datos obtenidos en este estudio

Se le solicita la autorización al participante para que los datos obtenidos en este estudio puedan ser utilizados para la realización de productos de investigación relacionados con este proyecto, como artículos en revistas o ponencias en eventos, previa aprobación del Comité de Ética para la Investigación Científica de la Universidad Industrial de Santander.

Agradecimientos e información de contacto

En caso de tener preguntas sobre la participación en este estudio, puede contactar a la Directora del proyecto AURA CECILIA PEDRAZA AVELLA a los teléfonos 6344000 ext. 1127 o 1425 o a los correos electrónicos: acecipe@uis.edu.co o finance@uis.edu.co.

ANEXO E. CUESTIONARIO FINAL

ENCUESTA PARA EL ANÁLISIS Y ELABORACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

OBJETIVO

El objetivo de este cuestionario es investigar la relación entre los factores del entorno y los factores personales de los egresados de la Universidad Industrial de Santander y su intención de poner en marcha un negocio con el fin de identificar y estructurar el perfil emprendedor del Egresado UIS, para comprender el impacto de la universidad en la creación de empresas.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por favor lea el documento de consentimiento informado para decidir si acepta participar en esta investigación.

Una vez leído el documento de consentimiento informado para realizar encuestas y entrevistas dirigida a estudiantes y egresados de la Universidad Industrial de Santander, si usted acepta participar voluntariamente en la presente investigación, por favor seleccione la opción ACEPTO; en caso contrario seleccione NO ACEPTO.

ACEPTO_____

NO ACEPTO_____

Su opinión es de gran importancia para la realización de un diagnóstico acertado del perfil emprendedor del egresado UIS. Agradecemos su colaboración y objetividad en el diligenciamiento de la presente encuesta.

La información obtenida se mantendrá bajo estricta confidencialidad, los datos serán utilizados únicamente por el personal de investigación.

Si es de su interés, su respuesta le dará acceso a capacitaciones y otros beneficios por parte del Programa de Emprendimiento UIS-Emprende. También le haremos llegar los resultados de esta investigación.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

I. Género

Masculino ___

Femenino ___

II. Edad

Seleccione el rango de edad al cual pertenece:

21 a 25 años

46 a 50 años

26 a 30 años

51 a 55 años

31 a 35 años

56 a 60 años

36 a 40 años

Mayor a 60 años

41 a 45 años

III. Programa Académico de Pregrado que cursó

IV. Grado

¿Cuál fue el año de graduación del programa de pregrado?

V. Nivel Académico

¿Cuál es el mayor nivel académico que ha cursado y recibido título?

Pregrado

Maestría

Especialización

Doctorado

VI. Experiencia laboral en pregrado

¿Trabajó en algún momento cuando realizaba sus estudios de pregrado?

Sí No

CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR 1

Favor seleccionar la respuesta indicada de acuerdo a su personalidad.

	1 Incorrecto	2 Apenas cierto	3 Cierto	4 Muy cierto
11. Puede encontrar la manera de obtener lo que quiere aunque alguien se le oponga				
12. Puede resolver problemas difíciles si se esfuerza lo suficiente				
13. Le es fácil persistir en lo que se ha propuesto hasta llegar a alcanzarlo				
14. Tiene confianza en que podría manejar eficazmente acontecimientos inesperados				
15. Gracias a sus cualidades y recursos puede superar situaciones imprevistas				
16. Cuando se encuentra en dificultades puede permanecer tranquilo/a porque cuenta con las habilidades necesarias para manejar situaciones difíciles				
17. Venga lo que venga, por lo general es capaz de manejarlo				
18. Puede resolver la mayoría de sus problemas si se esfuerza lo necesario				
19. Si se encuentra en una situación difícil, generalmente se le ocurre que debe hacer				
20. Al tener que hacer frente a un problema, generalmente se le ocurren varias alternativas de cómo resolverlo				

CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR 2

Responda verdadero o falso a las siguientes afirmaciones de acuerdo a su personalidad:

1. Si la opinión pública me es contraria, generalmente pienso que estoy equivocado

Verdadero ___ **Falso**___

2. Casi siempre acepto un reto

Verdadero ___ **Falso**___

3. Me gustaría vagar libremente de país en país

Verdadero ___ **Falso**___

4. Selecciono cuidadosamente las cosas que hago porque quiero tener una vida larga y saludable

Verdadero ___ **Falso**___

5. Las aventuras en las que estoy solo me asustan un poco

Verdadero ___ **Falso**___

6. Me divertiría hacer equilibrio en un alambre

Verdadero ___ **Falso**___

7. A menudo sorprendo a la gente con mis ideas novedosas

Verdadero ___ **Falso**___

8. Cuando era niño, tenía muchas ganas de ser independiente

Verdadero ___ **Falso**___

9. Jamás se me ocurriría ser bombero

Verdadero ___ **Falso**___

10. No me gusta separarme mucho de mi familia

Verdadero ___ **Falso**___

11. Nunca dejaría de hacer algo que promete ser divertido por el sólo hecho de ser divertido

Verdadero ___ **Falso**___

12. Mi mayor deseo es ser independiente y libre

Verdadero ___ **Falso**___

13. La gente a menudo me pide ayuda en actividades creativas

Verdadero ___ **Falso**___

14. No me puedo imaginar saltando de un aeroplano como los paracaidistas
Verdadero ___ **Falso**__
15. Generalmente trato de compartir mis problemas con alguien que me pueda ayudar.
Verdadero ___ **Falso**__
16. Creo que sería divertido y excitante sentir un terremoto
Verdadero ___ **Falso**__
17. Me gustaría tener un trabajo donde no tuviera que darle cuenta a nadie
Verdadero ___ **Falso**__
18. Evito algunos pasatiempos y deportes porque son peligrosos
Verdadero ___ **Falso**__
19. Puedo obtener más satisfacción de dominar una habilidad que viene con una nueva idea
Verdadero ___ **Falso**__
20. Muchas veces hago cosas sólo porque las costumbres sociales lo indican
Verdadero ___ **Falso**__
21. Me gustaría sentir la sensación de subir en un elevador abierto hasta la punta de un rascacielos
Verdadero ___ **Falso**__
22. Si tengo un problema prefiero resolverlo solo
Verdadero ___ **Falso**__
23. Procuero evitar los trabajos que requieran maquinaria y herramientas peligrosas
Verdadero ___ **Falso**__
24. Las responsabilidades familiares me hacen sentirme importante
Verdadero ___ **Falso**__
25. Yo prefiero el trabajo que requiere el pensamiento original
Verdadero ___ **Falso**__
26. No me molestaría nadar solo en un lugar desconocido
Verdadero ___ **Falso**__
27. Me encanta sentirme sin lazos que me aten
Verdadero ___ **Falso**__
28. Prefiero una vida calmada y segura a una vida llena de aventuras
Verdadero ___ **Falso**__

29. Respeto las leyes porque yo me guío por ellas

Verdadero __ **Falso**__

30. Me parece una aventura maravillosa cruzar el océano en un bote de vela

Verdadero __ **Falso**__

31. Normalmente sigo haciendo un nuevo trabajo exactamente de la forma en que me enseñaron

Verdadero __ **Falso**__

32. Creo que puedo pensar mucho mejor sin tomarme la molestia de escuchar consejos

Verdadero __ **Falso**__

33. Nunca voy a las partes de la ciudad que considero peligrosas

Verdadero __ **Falso**__

34. He descubierto que en la mayoría de los trabajos, se logra más mediante el esfuerzo combinado de varias gentes, que el de una trabajando sola

Verdadero __ **Falso**__

35. Me gustaría explorar por la noche una casa vieja

Verdadero __ **Falso**__

36. No me molestaría vivir en un lugar muy solitario

Verdadero __ **Falso**__

37. Me gustaría un trabajo que requiere habilidad y práctica en lugar de la inventiva

Verdadero __ **Falso**__

38. Creo que sería peligroso jugar en un tobogán

Verdadero __ **Falso**__

39. El sentir que formo parte de algo, es muy importante para mí

Verdadero __ **Falso**__

40. Me gustaría andar en motocicleta

Verdadero __ **Falso**__

41. El tener un hogar tiende a atar a las personas más de lo que a mí me gustaría

Verdadero __ **Falso**__

42. No me subiría a una escalera de mano si no estuviera alguien que la sostenga

Verdadero __ **Falso**__

43. Yo no soy una persona muy creativa

Verdadero __ **Falso**__

44. Puedo trabajar mucho mejor cuando recibo estímulos de los demás

Verdadero ___ **Falso**___

45. Me encanta la sensación de la velocidad

Verdadero ___ **Falso**___

46. Mi idea del matrimonio perfecto, es que ambos sigan teniendo la misma independencia que cuando eran solteros

Verdadero ___ **Falso**___

47. Me parece tonto esquiar sabiendo que mucha gente se lastima

Verdadero ___ **Falso**___

48. Me gusta experimentar con diferentes formas de hacer lo mismo

Verdadero ___ **Falso**___

ENTORNO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

VII. Familia

¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa? indique el grado de consanguinidad. (Por favor señale todas las opciones que correspondan)

- ___ Primer grado (Padres)
- ___ Segundo grado (Hermanos y/o abuelos)
- ___ Tercer grado (Tíos y/o bisabuelos)
- ___ Cuarto grado (Primos)
- ___ No tengo familiares que hayan creado empresa

VIII. Formación emprendedora

¿Qué tipo de formación emprendedora ha recibido? (Por favor señale todas las opciones que correspondan)

- ___ Cursos de una duración menor o igual a 20 horas
- ___ Cursos o diplomados de una duración entre 20 y 120 horas
- ___ Cursos o diplomados de una duración igual o mayor a 120 horas
- ___ Asignaturas o electivas de su plan de estudios
- ___ No ha recibido formación emprendedora

IX. ¿Conoce alguna entidad que brinde apoyo para la creación de empresas?

- ___ No
- ___ Sí, ¿Cuál? _____

X. ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?

- No, no ha tenido la intención **(Pase a la pregunta a)**
 No, pero ha tenido la intención **(Pase a la pregunta b)**
 Sí **(Pase a la pregunta c)**

a) Si su respuesta es “No, no ha tenido la intención”, **¿cree que consideraría crear una empresa en el futuro?**

Sí No

Muchas gracias por diligenciar la encuesta. Por favor escriba su correo electrónico para hacerle llegar las invitaciones del Programa UIS- Emprende y los resultados de esta investigación:

b) Si su respuesta es “No, pero ha tenido la intención”, **enuncie la(s) razón(es) de por qué no ha creado la empresa**

Muchas gracias por diligenciar la encuesta. Por favor escriba su correo electrónico para hacerle llegar las invitaciones del Programa UIS- Emprende y los resultados de esta investigación:

c) Si su respuesta es Sí, por favor seguir diligenciando la encuesta.

PREGUNTAS PARA EGRESADOS EMPRENEDORES

Si ha creado una empresa, responda las siguientes preguntas:

XI. Experiencia laboral

¿Después de obtener el título de pregrado, trabajó antes de crear su empresa?

Sí No

XII. ¿Cuántas empresas ha creado?

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 empresa | <input type="checkbox"/> 4 empresas |
| <input type="checkbox"/> 2 empresas | <input type="checkbox"/> 5 empresas |
| <input type="checkbox"/> 3 empresas | <input type="checkbox"/> Más de 5 |

XIII. ¿Ha creado empresa de base tecnológica?

Entiéndase como: “Organizaciones productoras de bienes y servicios, comprometidas con el diseño, desarrollo y producción de nuevos productos y/o procesos de fabricación innovadores, a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos”

Sí No

A continuación se realizarán algunas preguntas sobre la empresa creada. Si su respuesta a la pregunta XI fue 2 o más empresas, por favor responda las preguntas de la XIV al XXIII de acuerdo a la empresa que usted considere ha sido más exitosa tomando como prioridad las empresas de base tecnológica.

XIV. ¿Cuál es el nombre de la empresa?

XV. Año de creación

¿Cuándo creó su empresa? Por favor selecciónelo del siguiente listado

<input type="checkbox"/> 1951 - 1955	<input type="checkbox"/> 1976 - 1980	<input type="checkbox"/> 2001 - 2005
<input type="checkbox"/> 1956 - 1960	<input type="checkbox"/> 1981 - 1985	<input type="checkbox"/> 2006 - 2010
<input type="checkbox"/> 1961 - 1965	<input type="checkbox"/> 1986 - 1990	<input type="checkbox"/> 2011 - 2015
<input type="checkbox"/> 1966 - 1970	<input type="checkbox"/> 1991 - 1995	
<input type="checkbox"/> 1971 - 1975	<input type="checkbox"/> 1996 - 2000	

XVI. Departamento en el cual fue creada la empresa

XVII. Edad

¿Seleccione el rango de su edad en el momento de la constitución de la empresa?

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 21 a 25 años | <input type="checkbox"/> 41 a 45 años |
| <input type="checkbox"/> 26 a 30 años | <input type="checkbox"/> 46 a 50 años |
| <input type="checkbox"/> 31 a 35 años | <input type="checkbox"/> Mayor a 50 años |
| <input type="checkbox"/> 36 a 40 años | |

XVIII. ¿Contó con apoyo de alguna entidad para la creación de la empresa?

Sí ¿Cuál es el nombre de la entidad? _____

No

XIX. Clasificación de la empresa según su actividad económica

Seleccione la clasificación según el tipo de actividad económica a la que se dedica su empresa

Agropecuarias: *Son aquellas que producen bienes agrícolas y pecuarios, por ejemplo, pesca, agricultura, ganadería, caza, explotación de bosques, etc.*

Mineras: *Son las que tienen como objetivo principal la explotación de los recursos minerales del suelo.*

Industriales: *Se dedican a la producción de bienes, mediante la transformación de la materia prima a través de los procesos de fabricación.*

Comerciales: *Son Empresas que se dedican a la compra y venta de productos terminados, tales como almacenes, librerías, farmacias y supermercados.*

Servicios: *Son las que buscan prestar un servicio para satisfacer las necesidades de la comunidad. Sus productos son considerados intangibles.*

XX. Tamaño de la empresa

Seleccione la clasificación según el máximo tamaño alcanzado por su empresa

Microempresa (no superior a 10 trabajadores)

Pequeña empresa (entre 11 y 50 trabajadores)

Mediana empresa (entre 51 y 200 trabajadores)

Grande (más de 200 trabajadores)

XXI. ¿Cuál es el principal producto o servicio de su empresa?

XXII. ¿La empresa fue constituida legalmente ante Cámara de Comercio?

Sí No

XXI. ¿Actualmente la empresa funciona?

Sí No

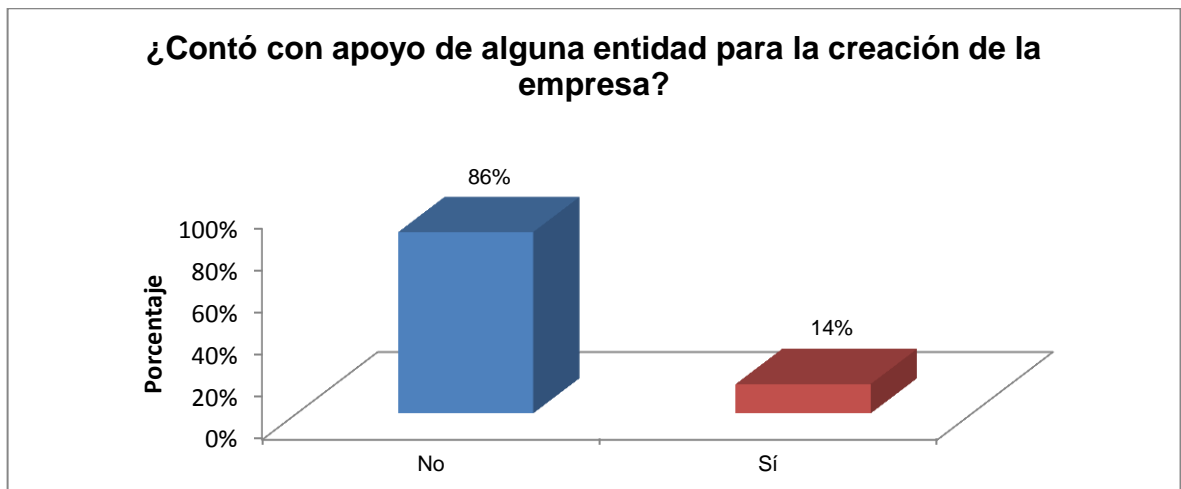
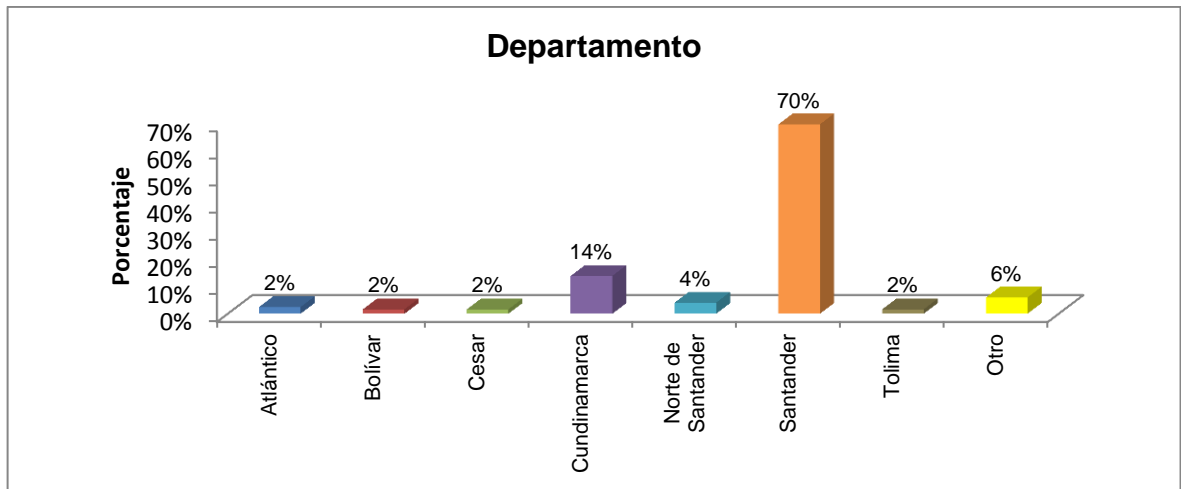
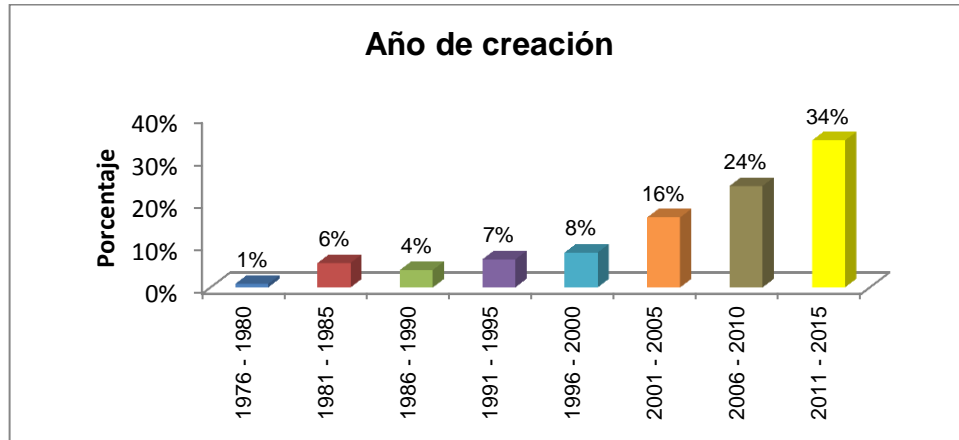
¿Desea suministrar información sobre otra empresa creada?

Sí No

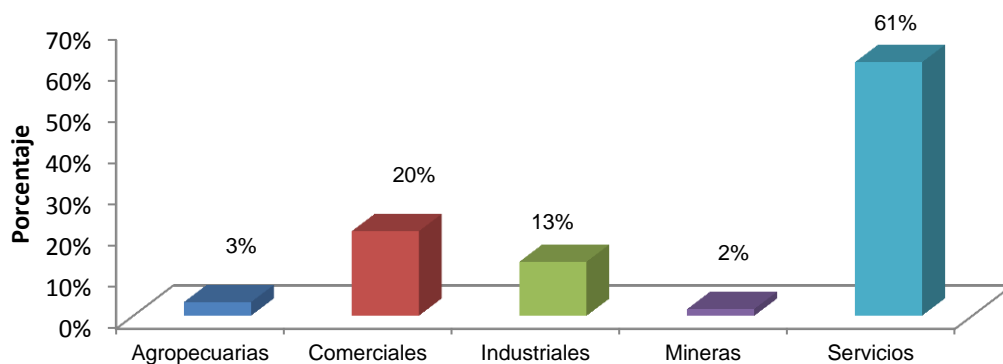
En caso positivo solicitar al encuestador otro formulario.

Muchas gracias por diligenciar la encuesta. Por favor escriba su correo electrónico para hacerle llegar las invitaciones del Programa UIS- Emprende y los resultados de esta investigación:

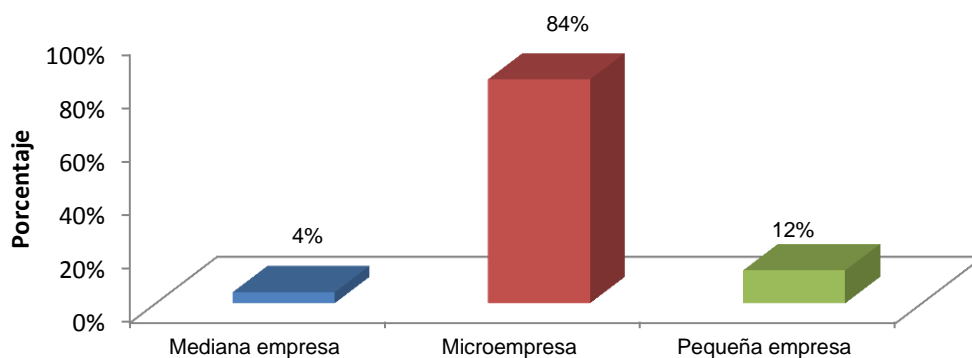
ANEXO F. TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS CREADAS



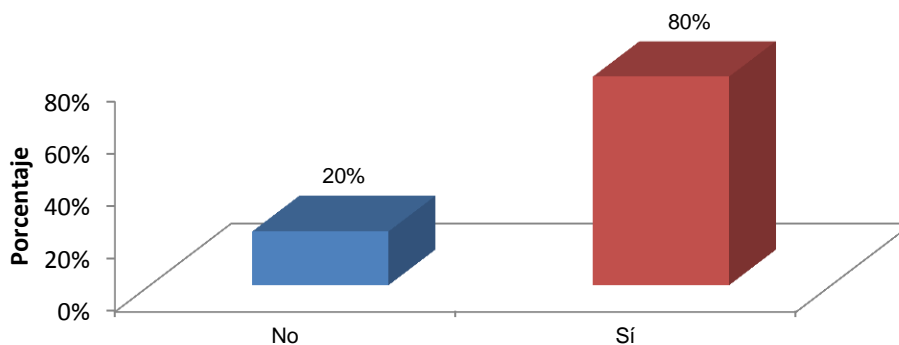
Clasificación de la empresa según su actividad económica



Tamaño de la empresa



¿La empresa fue constituida legalmente ante Cámara de Comercio?



¿Actualmente la empresa funciona?

