

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

CRISTIAN DUVANT ORTIZ ZABALA CÓD. 2091872

SERGIO ANDRES PEREZ BARRIOS CÓD 2061639

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIAS FISICOMECAÑICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA**

2014

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

CRISTIAN DUVANT ORTIZ ZABALA CÓD. 2091872

SERGIO ANDRES PEREZ BARRIOS CÓD 2061639

Trabajo de grado para optar por el título de:

Ingeniero Industrial

Pasantía de Investigación.

DIRECTORA

AURA CECILIA PEDRAZA AVELLA,

Ingeniera Industrial, PhD

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

FACULTAD DE INGENIERIAS FISICOMECANICAS

ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES

BUCARAMANGA

2014

DEDICATORIA

*A Dios Todopoderoso que me abrió esta puerta, me dio las capacidades,
puso ayudadores y proveyó los recursos
que necesité día a día para alcanzar esta bendición.*

*A mi madre Vitalia y a mi padre Juan José quienes me brindaron
su incondicional amor, apoyo y confianza*

*A mis hermanos Leidy, Vanessa, Diana y José Manuel quienes
han estado siempre presentes en momentos
importantes de mi vida.*

A mi novia Daniela por ser tan especial y amorosa conmigo

*A Sergio Pérez mi amigo y compañero de tesis
por su acompañamiento en la consecución
de este importante objetivo.*

Cristian Duvant Ortiz Zabala.

DEDICATORIA

A mis padres Evelio Pérez y Alicia Barrios por su apoyo incondicional, dedicación, sacrificio y su ejemplo a seguir, sin ellos nada de esto sería posible, a ellos les debo todo lo que soy.

A mis hermanos Alix y Yesid por siempre creer en mí y en mis capacidades.

A mi tía Emma Pabón por todo su apoyo, sacrificio y compañía durante estos años.

A mi amigo y compañero de proyecto, Cristian Ortiz, por su apoyo y compartir conmigo esta experiencia.

Sergio Andrés Pérez Barrios

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo damos a gracias a Dios por su gran ayuda y respaldo durante toda nuestra etapa formativa.

A la Universidad Industrial de Santander por la formación ética, política y profesional recibida, a nuestra directora Aura Pedraza por todo su apoyo y dirección durante el desarrollo del proyecto, a los docentes Carlos Díaz, Héctor Botello y Orlando Contreras por su apoyo y colaboración, y al grupo de investigación Finance & Management por brindarnos la oportunidad de prepararnos en el campo de la investigación y apoyar la realización de este tipo de proyectos.

A todos los estudiantes que hicieron parte del estudio de manera voluntaria para hacer posible la realización exitosa de este proyecto.

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 LITERATURA	25
4.1 EMPRENDIMIENTO	25
4.2 PERFIL EMPRENDEDOR:	28
4.3 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR:	30
4.3.1 Factores personales que influyen en el perfil del emprendedor	30
4.3.2 Factores del entorno que influyen en el perfil del emprendedor	33
4.4 EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA.....	36
5. APOYO AL EMPRENDIMIENTO	39
5.1 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD EAN	40
5.2 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. SEDE BOGOTÁ.....	42
5.3 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS.....	43
5.4 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DEL NORTE	45
5.5 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	46
5.6 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER.....	47
5.7 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD ICESI	48
5.8 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DEL ROSARIO	49
5.9 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE LA SABANA	50
5.10 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE MANIZALES.....	52

6. ANÁLISIS DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES UIS DE PREGRADO PRESENCIAL	54
6.1 METODOLOGÍA UTILIZADA	54
6.2 PREPARACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
6.2.1 Tipo de estudio.	54
6.2.2 Diseño del cuestionario preliminar	55
6.2.3 Muestreo	56
6.3 APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO	58
6.3.1 Confiabilidad del Instrumento de medición.	59
6.3.2 Estructura del cuestionario final	60
6.4 RECOLECCIÓN DE DATOS	61
6.5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	62
6.5.1 Análisis Descriptivo	64
6.5.2 Análisis Multivariado	72
6.5.3 Modelo Relogit	91
7. DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER	95
7.1 PERFIL EMPRENDEDOR DEL ESTUDIANTE UIS	95
7.2 PERFIL EMPRENDEDOR DEL ESTUDIANTE UIS QUE HA CREADO EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA	96
8. CONCLUSIONES	97
9. RECOMENDACIONES	99
BIBLIOGRAFÍA	101
ANEXOS.....	110

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Porcentaje de intención emprendedora de los estudiantes de pregrado presencial.....	65
Figura 2. Porcentaje de edad de los estudiantes de pregrado.....	65
Figura 3. Porcentaje de estudiantes de pregrado presencial por facultad	66
Figura 4. Porcentaje de estudiante de pregrado presencial que cuentan con familia emprendedora.....	67
Figura 5. Porcentaje de estudiantes que han recibido formación emprendedora .	67
Figura 6. Entidades más mencionadas que brindan apoyo al emprendedor	68
Figura 7. Porcentaje características internas del perfil emprendedor	69
Figura 8. Porcentaje de intención emprendedora de los estudiantes de pregrado presencial.....	70
Figura 9. Razones por las cuales los estudiantes con intención no han creado empresa.....	71
Figura 10. Porcentaje de estudiantes de pregrado presencial que ha creado empresa de base tecnológica	72
Figura 11. Gráfica de correspondencia años de egresado vs edad.....	75
Figura 12. Gráfica normalización simétrica facultad vs intención emprendedora .	77
Figura 13. Gráfica normalización simétrica locus de control vs intención emprendedora.....	81
Figura 14. Gráfica normalización simétrica carácter innovador vs intención emprendedora.....	83
Figura 15. Gráfica normalización simétrica aversión al riesgo vs intención emprendedora.....	84

Figura 16. Gráfica normalización simétrica autoeficacia vs intención emprendedora86

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Centros de emprendimiento estudiados.....	39
Tabla 2. Muestreo Estratificado por facultades.....	57
Tabla 3. Número de conglomerados por facultad a entrevistar.....	58
Tabla 4. Resultados Alpha de Cronbach	60
Tabla 5. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Género	74
Tabla 6. 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	74
Tabla 7. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Facultad.....	76
Tabla 8. 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?	78
Tabla 9. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Formación emprendedora	79
Tabla 10. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Locus de control	80
Tabla 11. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Carácter innovador	82
Tabla 12. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Aversión al riesgo.....	84
Tabla 13. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Autoeficacia.....	85

Tabla 14.Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Genero.....	87
Tabla 15.Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Edad	87
Tabla 16.Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs ¿Existe algún miembro de su familia que ha creado empresa?.....	88
Tabla 17.Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs ¿Ha recibido formación emprendedora?	89
Tabla 18.Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs locus de control	89
Tabla 19.Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Carácter innovador	90
Tabla 20.Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Nivel de locus de control.....	90
Tabla 21.Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Autoeficacia.	91
Tabla 22. Modelo Relogit para la creación de empresa.....	92
Tabla 23. Modelo Relogit para la intención emprendedora.....	93
Tabla 24. Cuadro comparativo de características.....	95

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A: Cuestionario preliminar	110
ANEXO B: Versión final del cuestionario	121
ANEXO C: Documento de consentimiento informado.....	132
ANEXO D: Prueba de Kolmogorov-Smirnov.....	135
ANEXO E: Artículo científico.....	136

RESUMEN

TITULO:

PERFIL EMPRENDEDOR DEL ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER.*

AUTORES:

Cristian Duvant Ortiz Zabala**

Sergio Andrés Pérez Barrios**

PALABRAS CLAVES:

Perfil Emprendedor, Emprendimiento, Espíritu Emprendedor

DESCRIPCIÓN:

El estudio del emprendimiento ha tomado importancia en el ámbito académico y estatal dado su impacto positivo en el desarrollo económico y social de los países, llegándose a considerar como un motor de los procesos de innovación.

En el contexto actual, el desconocimiento del perfil emprendedor del estudiante por parte de la universidad, ocasiona que los recursos destinados para apoyar el emprendimiento universitario no se asignen eficientemente y se desperdicien esfuerzos en aras de generar negocios, crear empleo y contribuir con el desarrollo de la economía regional. Por otra parte, la formación de estudiantes con capacidad de crear empresas de base tecnológica que generen empleo de calidad, reflejará el involucramiento de la universidad con el desarrollo económico de la región y del país.

Por tal motivo, el objetivo del presente proyecto fue realizar la identificación y estructuración del perfil emprendedor del estudiante UIS. Para tal fin, se elaboró un instrumento de recolección de datos para medir el perfil emprendedor del estudiante UIS, se encuestó a una muestra representativa de estudiantes y se analizaron los resultados a partir de la estadística descriptiva y ejercicios econométricos. Uno de los hallazgos indica que existe relación entre la edad y la intención de crear empresas, ya que los estudiantes ente 25-30 años crean más empresas, mientras que los estudiantes entre 18-21 años no tienen la intención

* Trabajo de grado

** Facultad de Ingeniería Fisicomecánicas, Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. PhD Aura Cecilia Pedraza

ABSTRACT

TITLE: ENTREPRENEUR PROFILE OF THE STUDENT FROM THE UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER*

AUTHORS:

Cristian Duvant Ortiz Zabala**

Sergio Andrés Pérez Barrios**

KEYWORDS:

Profile Entrepreneur, entrepreneur, entrepreneurship

DESCRIPTION:

The study of entrepreneurship has become more important within the academic and state levels due to its positive impact on the economic and social development of countries, being considered as an engine of the innovation processes.

In the present context, lack of knowledge about entrepreneurial profile of students by the university causes the resources destined to support the university entrepreneurship not to be allocated efficiently and wasted efforts in to create businesses, create jobs and contribute to the development of regional economy. On the other hand, the education of students with ability to create technology-based companies that create quality jobs, will reflect the involvement of the university in economic development of the region and the country.

Therefore, the objective of this project was to conduct the identification and structuring of the entrepreneurial profile of UIS student. To that end, a data collection instrument was developed to measure the entrepreneurial profile of UIS student, a survey was conducted to a representative sample of students and the results were analyzed based through descriptive statistics and econometric exercises. One of the finding indicates that there is a relationship between age and the intention to create companies, as students being 25-30 years create more businesses, while students between 18-21 years of age are not intended.

* Degree Work.

** Physical-Mechanics Engineering Faculty, School of Industrial and Business Studies. PhD Aura Cecilia Pedraza

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto pretende determinar el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Industrial de Santander, con el fin de que este producto se convierta en un insumo importante para la construcción de políticas de apoyo al emprendedor por parte de la Unidad de Emprendimiento de la UIS. Estudios similares se han realizado en otros centros educativos dentro y fuera del país utilizando diferentes metodologías, cada una de acuerdo al contexto que vive la respectiva universidad. Algunos ejemplos por mencionar en Colombia se han dado en la Universidad del Rosario¹ (Pulgarín y Cardona (2011)) donde se toma como base la metodología de características del comportamiento emprendedor o CCE para estudiar los alumnos de pregrado de la Facultad de Administración; en la Universidad Nacional de Colombia² (Páez y García (2011)) se realiza el estudio ante la necesidad de explorar características psicológicas de los usuarios reales y potenciales de la Unidad de Emprendimiento Empresarial, entre otros.

En la actualidad existen diversas teorías sobre perfil emprendedor, realizándose estudios desde diferentes enfoques; buena parte de estos se han cimentado en los rasgos de personalidad, combinados con las circunstancias personales que puedan conducir a la creación de empresa.

¹ 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>

² PÁEZ, Diana y GARCÍA, Johana. Características del Universitario Emprendedor en la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. En: Revista EAN. Julio-Diciembre, 2011, p. 22-39

El alcance del estudio está contemplado para conocer el perfil del estudiante emprendedor de los alumnos de la Sede Central de la UIS, además se plantea identificar y estructurar el perfil de emprendimiento con enfoque hacia las Empresas de Base Tecnológica dado su importante aporte a las economías regionales y sus dinámicos procesos de innovación. La población objetivo se compone de estudiantes de pregrado que hayan tenido experiencias de emprendimiento o que tengan la intención de emprender. Para ello se realiza una revisión de literatura de tópicos relacionados con el perfil emprendedor universitario y se diseñan los instrumentos para la recolección de los datos que serán analizados con estadística descriptiva y modelos econométricos, para sacar conclusiones y obtener los productos de investigación estipulados. Con este trabajo se abre las puertas a nuevos proyectos de investigación en la línea del perfil emprendedor dentro del Grupo Finance & Management ya que es un tema amplio del que poco conocimiento se tiene en la región.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El estudio del emprendimiento ha tomado importancia en el ámbito académico y estatal dado su impacto positivo en el desarrollo económico y social de los países, llegándose a considerar como un motor de los procesos de innovación.

En Colombia, el Estado ha avanzado en la creación de un marco interinstitucional en aras de fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento; dicho reto ha sido asumido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo apoyado en la Ley 1014 de 2006 que tiene por objeto:

Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo, buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador, Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial, entre otros³.

En la Universidad Industrial de Santander se ha trabajado por el fortalecimiento del apoyo a estudiantes en todo el proceso de creación de empresas, sin embargo, a la fecha no se conoce el perfil emprendedor del estudiante UIS, lo cual se constituye en un impedimento para la elaboración de políticas institucionales claras y articuladas con el contexto actual, ya que el conocimiento de las fortalezas y debilidades del sujeto emprendedor es un insumo clave para que las políticas de emprendimiento sean efectivas.

³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014 (26, enero, 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento [online]. Disponible en Internet: www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En el contexto actual, de un entorno cambiante y cada vez más competitivo, la formación de estudiantes con capacidad de crear empresas de base tecnológica que generen empleo de calidad, reflejaría el involucramiento de la universidad con el desarrollo económico de la región y del país.

Actualmente la Universidad Industrial de Santander cuenta con mecanismos para fomentar el espíritu emprendedor de sus estudiantes, como lo son el programa de Tecnología Empresarial creado en 1984 para formar profesionales íntegros con conocimientos en el área de Gestión de Empresas, fundamentados en el desarrollo de una mentalidad emprendedora; también existe la modalidad de trabajos de grado en Creación de Empresas instaurada a partir del 2008 que tiene como propósito el fortalecimiento del espíritu empresarial y la generación de empleo. Otro mecanismo de apoyo es el Programa de Emprendimiento de la Universidad que funciona desde el año 2009 y cuyo objetivo es 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.

Sin embargo, hasta el momento no se ha hecho un monitoreo de los estudiantes que han emprendido alguna iniciativa empresarial. El único estudio similar realizado, se concentró en las iniciativas de estudiantes que, durante el período 2008-2011 mediante su trabajo de grado, propusieron la creación de alguna empresa. Allí se encontró el registro de 40 experiencias del total de estudiantes de los pregrados presenciales de la UIS y de éstos menos del 5% se convirtieron en empresas que se sostuvieron en el mercado por más de un año⁴. (Morales (2012)).

⁴ MORALES, Angélica Maria. Evaluación de resultados de la Modalidad de Trabajo de Grado Práctica en Creación de empresas en los programas de pregrado de la UIS [online]. Trabajo de grado

La carencia de estudios de esta naturaleza desemboca en un desconocimiento del perfil emprendedor del estudiante por parte de la universidad, lo que ocasiona que los recursos destinados para apoyar el emprendimiento universitario no se asignen eficientemente y se desperdicien esfuerzos en aras de generar negocios, crear empleo y contribuir con el desarrollo de la economía regional.

Ante tal situación se hace imperiosa la necesidad de gestionar proyectos que conduzcan al mejoramiento de los programas de emprendimiento en la universidad. Por tal motivo el objetivo del presente proyecto es realizar la identificación y estructuración del perfil emprendedor del estudiante UIS, para que posteriormente se puedan formular políticas con un enfoque diferencial de apoyo a dichos perfiles en el entorno socio-económico actual, para la generación de empresas exitosas, en lo posible de base tecnológica, por su alto nivel de innovación, generación de empleo de alta calidad y por la vocación industrial que ha tenido la UIS desde sus orígenes.

Ingeniero Industrial. Bucaramanga: UIS. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, 2012, p. 48-54. Disponible en internet: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2012/146576.pdf>

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar el perfil emprendedor del estudiante UIS con el fin de contribuir al mejoramiento en la definición y puesta en marcha de políticas de apoyo a la creación de empresas en la universidad.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una revisión de la literatura científica para identificar las características del perfil emprendedor que se han asociado con la creación de empresas por parte de estudiantes universitarios.
- Estudiar los programas de apoyo que ofrece la Universidad Industrial de Santander y otras Instituciones de Educación Superior colombianas para impulsar la creación de empresas por parte de estudiantes emprendedores.
- Analizar las características de los estudiantes de la UIS que han creado empresas, a través de una encuesta aplicada a una muestra significativa.
- Identificar el perfil del estudiante UIS que ha creado empresas de base tecnológica, dado que estas organizaciones son las de mayor impacto en el crecimiento económico.
- Determinar, a partir de ejercicios econométricos, la relación entre las características del perfil del estudiante UIS con su intención por crear empresas.
- Elaborar un artículo científico de carácter publicable sobre la temática trabajada.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

En esta sección se realiza un resumen sobre la evolución histórica del emprendimiento y sus principales exponentes, se detallan sus respectivos enfoques, luego se identifican y consolidan las características de los emprendedores resaltando las que se relacionan con el emprendedor universitario. Se realiza la búsqueda y revisión de publicaciones en bases de datos científicas de alto impacto, tales como ISI Web of Knowledge y SCOPUS. En esta fase se busca inicialmente identificar y consolidar las características de los emprendedores en general, resaltando aquellas que se relacionan con los emprendedores universitarios. Asimismo, se pretende revisar información correspondiente a los emprendedores enfocados en empresas de base tecnológica, con el fin de conocer sus características y experiencia en la construcción y consolidación de su organización, dado que estas organizaciones son las de mayor impacto en el crecimiento económico.

4.1 EMPRENDIMIENTO

La primera persona que se aproximó al concepto del emprendimiento fue Cantillon (1755)⁵ en su trabajo denominado “Ensayo de la naturaleza del comercio en general” donde expresa que el emprendedor es un agente que adquiere factores de producción a determinado precio, los transforma y organiza para obtener de allí un nuevo producto, además agrega que el emprendedor a diferencia de otros actores, es propenso al riesgo, es decir no tiene plena certeza de sus acciones, por esto se constituye en un agente tomador de decisiones bajo riesgo que afecta el

⁵ ESPÍRITU OLMOS, Roberto y SASTRE CASTILLO, Miguel. Factores Explicativos sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España. [online]. Disponible en internet: bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/.../25.pdf

comportamiento de un mercado como lo expresa Thorton (1986)⁶. Pero tan solo fue unas décadas después cuando se dio una diferencia considerable entre la iniciativa empresarial innovadora y el espíritu empresarial a través de la obra “Tratado de Economía Política” de JB Say (1803)⁷ al afirmar que el emprendedor es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad; en este aporte se observa un cambio en cuanto a las cualidades que debería tener la persona para ser considerada emprendedora, puesto que inicialmente bastaba con tan solo copiar ideas de negocio ya existentes para crear empresa y Say propone diferencias según la personalidad del emprendedor.

El primer economista importante en retomar el concepto de Say sobre emprendimiento fue Schumpeter (1911), en su libro “La Teoría de la dinámica económica”. Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, generado por el empresario innovador, y llamó a las tareas realizadas por este tipo de empresarios destrucción creativa⁸ (Drucker (1985) en Formichella (2004)). El mismo Schumpeter (1942) da uso al término emprendedor para hacer referencia a individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Este autor lo expresa en su libro Capitalismo, Socialismo y Democracia: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto

⁶ CRISSIEN CASTILLO, Jhon. Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. En Revista EAN No 66: Mayo-Agosto de 2009, p. 67-84

⁷ SAY, Jean Baptiste (2001). A treatise on Political Economy. Disponible en internet: <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/say/treatise.pdf>

⁸ 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>

o uno viejo de una nueva manera, proveer una nueva fuente de insumos o un material nuevo, reorganizar una industria, etc.”⁹(Formichella, (2004))

Se considera a McClelland (1961) como la persona inspiradora del estudio del emprendedor desde las ciencias humanas y sociales, con el libro “La sociedad ambiciosa” así como sus siguientes trabajos relacionados con la motivación del logro; se inicia así una serie de estudios acerca del tema desde el punto de vista psicológico, con lo que se abrió un enfoque de investigación sobre las principales características psicológicas que permiten explicar la conducta emprendedora¹⁰. Los avances más importantes en el área se desarrollan en los trabajos de McClelland (1961), Collins, Moore y Unwalla (1964) y recientemente en los escritos de Bhide (2000), Timmons & Spinelli (2008), *et al.*

Otro enfoque que presenta la literatura del emprendimiento es el sociológico o institucional 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 emprendedores¹¹ (Shapero *et al.* (1982); Aldrich *et al.* (1986); Berger (1991); Busenitz *et al.* (2000); Steyaert *et al.* (2004); Manolova *et al.* (2008)).

El tercer enfoque responde a los planteamientos de Varela (2008) inherentes a la comprensión del emprendimiento como un problema de orden económico. Para ello,

⁹ SCHUMPETER, Joseph Alois. Capitalismo, Socialismo y Democracia. 2 ed. Madrid: Aguilar, 1950

¹⁰ESPÍRITU OLMOS, Roberto y SASTRE CASTILLO, Miguel. Factores Explicativos sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España. [online]. Disponible en internet: bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/.../25.pdf

¹¹ 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>

se basa en los postulados de Schumpeter (1934) respecto al fenómeno de la destrucción creativa como patrón estructural del emprendimiento y la formulación de nuevos negocios en contextos de mercado¹²

4.2 PERFIL EMPRENDEDOR:

Se encuentra un alto número de características atribuidas al perfil emprendedor, por lo tanto se recogen en este trabajo las características más mencionadas por autores y se seleccionan las que tienen mayor número de coincidencias.

El concepto moderno de emprendimiento fue introducido por Shumpeter (1934), el cual lo define como la creación de nuevas empresas y al emprendedor como la persona que lleva a cabo dicha tarea, perdiendo esa denominación al establecer su negocio y administrarlo como el resto de personas¹³. El emprendedor es aquel que crea e innova, mas no el que se establece y se mantiene, por esta razón se debe diferenciar del administrador, al ser conceptos distintos.

Muchos investigadores que abordan el tema del emprendimiento, lo han hecho desde distintas perspectivas y utilizando diferentes metodologías, teniendo como resultado un concepto de emprendimiento complejo y heterogéneo (Cunningham & Lischeron (1991))¹⁴. Ellos consideraron que no es posible llegar a entender el fenómeno del emprendimiento sin primero llegar a conocer al individuo (el emprendedor), el tipo de empresa que crea, el entorno en el que se encuentra y como estos factores se entrelazan.

¹² Ibid., p. 22-39

¹³ DVIR, Dov, SADEH, Arik, MALACH-PINES, Ayala. The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study. [online] The Journal of High Technology Management Research (2010), p. 43-21. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1047831010000076>.

¹⁴ Ibid., p. 43-21

Una nueva tendencia en el campo de investigación de emprendimiento es el estudio de los factores tanto propios o externos que influyen en el desarrollo del emprendedor. El pensamiento creativo y el nivel de innovación son factores dominantes para la formación de un estudiante emprendedor, aunque no siempre es el caso (Kent (1991)). Según un estudio hecho por la Universidad de Ciputra para determinar la correlación entre creatividad, inteligencia y el emprendimiento entre sus estudiantes, solo se encontró una correlación significativa entre el nivel de personalidad del sujeto y su nivel de emprendimiento¹⁵. Entrelazar estas características personales del emprendedor con los factores externos tales como la cultura, educación y el nivel económico del individuo son claves para determinar el potencial de emprendimiento.

A continuación se describen las características del emprendedor que son consideradas relevantes según la revisión de literatura desarrollada; estas características se dividen en dos grandes grupos: los factores personales y los del entorno, dado que influyen considerablemente en el perfil emprendedor.

¹⁵ ANTONIO, Tony, *et al.* Correlations Creativity, Intelligence, Personality, and Entrepreneurship Achievement. [online] Procedia - Social and Behavioral Sciences. (2013), p 251-257. en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019818>

4.3 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR:

4.3.1 Factores personales que influyen en el perfil del emprendedor: Para determinar si una persona tiene el potencial para ser un emprendedor exitoso, se debe conocer las características y habilidades del individuo y así determinar qué competencias emprendedoras posee¹⁶. De las características más estudiadas en relación al emprendedor son las siguientes:

- Propensión al riesgo.
- Autoeficacia.
- Locus del control
- Carácter innovador

En su metanálisis sobre la diferencia de la propensión al riesgo entre emprendedores y administradores, Stewart y Roth (2001)¹⁷ reportan que los emprendedores tienen un mayor puntaje en propensión al riesgo que un administrador; esto se debe a que el emprendedor tiende a enfocarse en el éxito y logros y no le temen al fracaso¹⁸.

La autoeficacia es la propia convicción de que el individuo tiene habilidad para llevar a cabo tarea específicas (Bandura (1997)). Esta no depende de las habilidades de la persona, sino en el convencimiento de poder realizar una tarea por sus propios medios y en una variedad de situaciones¹⁹. Chen, Greene & Crick (1998) han

¹⁶ ISMAIL, Verni. The Comparison of Entrepreneurial Competency in Woman Micro-, Small-, and Medium-scale Entrepreneurs. [online] Procedia - Social and Behavioral Sciences (2014), p. 175-187. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019740>

¹⁷ STEWART, Wayne; Roth, Philip L. Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. [online] Journal of Applied Psychology (2001), p. 145-153. Disponible en internet: <http://psycnet.apa.org/psycinfo/2001-16970-013>.

¹⁸ MATHIEU, Cynthia, ST-JEAN, Étienne. Entrepreneurial personality: The role of narcissism. [online] Personality and Individual Differences (2013), p. 527-531. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019740>

¹⁹ Ibid., p. 527-531

encontrado que los estudiantes con intención emprendedora obtuvieron niveles más altos de autoeficacia que los estudiantes que no tenían intención emprendedora.

Por otro lado, el locus del control es la percepción que tiene el individuo de poder controlar los eventos que le afectan (Rotter (1966)). Es una característica relacionada con el emprendedor, ya que por definición el emprendedor es aquel que controla su destino creando y manejando su propio negocio. Muchos estudios se han realizado para relacionar ambos conceptos pero con resultados mixtos; algunos como Chell (2008) no encontraron relación mientras que otros como los reportados en el metanálisis de 20 estudios de Rauch and Frese (2005) encontraron una correlación positiva entre locus de control y el éxito del negocio.

Un antecedente importante que incide en la decisión de emprender un negocio es según Mueller y Thomas (2001) el carácter innovador, afirmación que es apoyada por el estudio de Gurol y Atsan²⁰ (2006) donde encuentran una relación directa entre la intención por emprender y el carácter innovador del individuo. Según Schumpeter²¹ (1934), la innovación se comprende por un conjunto de actividades de investigación, comercialización y desarrollo que cumplen la función de transformar una invención en un producto que genera valor.

Un factor que se debe tomar en cuenta para el estudio del perfil de emprendedor es el género del individuo. Un factor clave para comenzar un negocio es la evaluación de oportunidades, estudios sugieren que esta característica que influye en la toma de decisiones varía según el género (Baker *et al.* (2003)). A pesar de que el

²⁰ 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>

²¹ 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

emprendimiento como carrera sea algo atractivo tanto para hombres como mujeres (Heilman y Chen (2003)), la tasa de emprendimiento entre las mujeres sigue siendo significativamente inferior a los hombres (Kelley *et al.* (2011)).²² Durante las dos últimas décadas estudios psicosociales sugieren que las diferencias entre géneros en actividades denominadas propias para mujeres u hombres son el resultado de un fenómeno denominado el *riesgo de estereotipo* (Schmader *et al.* (2008)), el cual dice que los estereotipos pueden influenciar el modo de pensar de la persona haciéndola sentirse débil ante una situación en la cual el grupo al que pertenece no se caracteriza por ser fuerte y ayuda en situaciones en que estereotípicamente se tienen fortalezas (Spencer and Castano (2007)). Investigadores han encontrado que profesiones relacionadas con poder prestigio y autoridad son estereotípicamente masculinas (Karlin *et al.* (2002); Harzing (2004)) y que muchas cualidades relacionadas con el emprendedor el perfil emprendedor tales como audacia, toma de riesgos y agresividad son también relacionadas con lo masculino (Baughn *et al.* (2006); Gupta y turbante (2012); Mirchandani (1999))²³ A pesar del gran impacto de las mujeres en la economía mundial, son muy pocas los estudios realizados al emprendimiento de mujeres (Brush & Cooper (2012)). Según datos del año 2010, 187 millones de mujeres fueron involucradas en la creación de empresas (GEM (2010)), esto significa que el 42% de las emprendedoras fueron mujeres.²⁴

²² 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>

²³ 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>

²⁴ DE VITAA, Luisa, MARIB, Michela. Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature [online]. European Management Journal, vol. 32, no. 3 (2014), p. 451–460. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263237313001047>

4.3.2 Factores del entorno que influyen en el perfil del emprendedor: El entorno presenta factores que afectan el emprendimiento, ya sea de manera positiva mediante apoyos o de forma negativa con obstáculos. Entre los más comunes en la literatura se tiene:

- **Familia**

El concepto de familia es precisado por Brandam y Sandro (2010) como un sistema abierto conformado por un grupo complejo de sujetos en constante evolución, que comprende miembros en diferentes fases de desarrollo que desempeñan roles y funciones interrelacionados y diversificados²⁵; además se puede resaltar que es considerada núcleo fundamental de la sociedad, por su parte Rossenblatt (1995) agrega que su función es contribuir con el logro paulatino de la identidad, sentido de valía personal y profesional, cuidado, promoción y desarrollo de sus miembros²⁶

Algunos estudios destacan la influencia que generan los antecedentes familiares en la intención de emprender del individuo²⁷ (Scott y Twomey (1988); Crant (1996); Rubio López *et al.* (1999); Leiva Bonilla (2004); Benavides Espinosa y Sánchez García (2004)), ya que existen evidencias de que los empresarios en gran medida, tienen ascendencia de familiares que han generado procesos de emprendimiento.

En cuanto a la influencia que genera el ámbito familiar en el emprendimiento se ha debatido académicamente sin precisar muchos acuerdos, sin embargo se plantea entre otra cosas que las transiciones familiares pueden desencadenar en la

²⁵ BRANDAM y SANDRO, Abordaje interdisciplinario de los conflictos en las relaciones familiares en la empresa. En Favier Dubois, ed. La empresa familiar; encuadre general, marco legal e instrumentación. Buenos Aires: 2010, p 37-50

²⁶ ROSENBLATT, Paul *et al.* La familia en la empresa: Comprender y resolver los problemas que enfrentan las familias empresarias. En El Ateneo, ed. 1. Buenos Aires: 1995. ISBN 950-02-3628-1

²⁷ESPÍRITU OLMOS, Roberto y SASTRE CASTILLO, Miguel. Factores Explicativos sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España [online]. Disponible en internet: bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/.../25.pdf

aparición de una organización²⁸, los equipos fundadores de empresas se componen con frecuencia de los miembros de una familia²⁹, y las familias juegan un papel importante en el proceso de movilización de recursos durante la etapa de gestación de la empresa³⁰.

Pruett *et al.* (2009) expresa que cuando un miembro de la familia realiza actividades empresariales, se convierte en un referente para sus consanguíneos al aumentar sus ambiciones de crear empresa. Por su parte Davidsson y Honig (2003) hallaron una relación positiva entre el hecho de tener los padres o amigos cercanos inmersos en negocios y el fomento y apoyo de la familia.³¹

Hisrich (2002) y Cano *et al.* (2003), en su estudio plantean que existe alguna evidencia para suponer que personas que poseen similares antecedentes familiares, orden en el nacimiento, estado civil, edad, nivel educacional de sus padres y de él mismo, experiencia laboral, status socioeconómico, determinaría un perfil emprendedor³². Para cada factor existen instrumentos y metodologías ya desarrollados en la literatura para su estudio, en ese orden, la tradición familiar ha

²⁸ ALDRICH, Howard y CLIFF, Jennifer E. The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective [online]. En *Journal of Business Venturing* 18, 2003, p 573-596. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902603000119>

²⁹ RUEF, ALDRICH y CARTER. No te vayas con extraños: homofilia, los lazos fuertes, y el aislamiento en la formación de los equipos fundadores de la organización. Reunión de la American Sociological Asociación, Chicago, IL, 2002

³⁰ ALDRICH Y LANGTON. Gestión de recursos humanos y de los ciclos de vida de la organización. *Frontiers of Entrepreneurship Investigación* 1997, Babson College, Centro de Estudios Empresariales, Babson Park, MA (1998), p 349-357

³¹ LEVENT, Altinay, *et al.* 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>

³² KRAUSS, Catherine. Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay [online]. En *Revista de la FCE*, ed. 6. ISSN 1510-9453. Disponible en internet: [http://www.ucu.edu.uy/Facultades/CienciasEmpresariales/RevistaFCE/Revista6/articulos/ciela05_enviado_set_\(Krauss\).pdf](http://www.ucu.edu.uy/Facultades/CienciasEmpresariales/RevistaFCE/Revista6/articulos/ciela05_enviado_set_(Krauss).pdf)

sido medida por diferentes autores (Fuentes y Sanchez (2010)³³; Altinay, Madanoglu, Daniele y Lashley (2012)) como una variable dicotómica, para los cuales se ha asignado el valor de uno si existen empresarios en la familia y cero si no existen.

- **Educación:**

Según la teoría de sistemas ecológicos, el entorno tiene un impacto significativo en las acciones y en el desarrollo psicológico, por lo tanto si el desarrollo del individuo depende de sus alrededores, las universidades deben proveer a los estudiantes de una red comprensiva, multidimensional e interactiva para ayudar a sus estudiantes a desarrollar habilidades emprendedoras³⁴.

Algunas investigaciones muestran que empezar un negocio no solo está relacionado con la educación, también es relacionado con el conocimiento tácito y las habilidades del individuo. Por el otro lado cualquier persona con iniciativa, recursiva, autónoma y sin temor al riesgo, tiene el potencial de ser emprendedor. El rol o papel de la educación sería tomar a estos individuos con potencial y guiarlos hacia la creación. Drucker (1985) dijo que el emprendimiento es riesgoso y es necesario que sea administrado de manera sistemática para obtener dichas competencias, concluyendo que éste puede ensañarse como una metodología o disciplina³⁵.

³³ 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>

³⁴ XUE, Jingxin. The Construction of Higher Education Entrepreneur Services Network System a Research Based on Ecological Systems Theory [online] Physics Procedia (2012), p. 1757-1760. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1875389212007237>

³⁵ 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>

Sin embargo, en la literatura se reportan otras características de un perfil que son importantes de resaltar. El modelo de Características del Comportamiento Emprendedor (CCE) utilizado por el programa para el fomento al emprendimiento de las Naciones Unidas (EMPRETEC), está relacionado con el modelo teórico de McClelland y se encuentra categorizado por 10 variables asociadas al emprendimiento agrupadas en las tres necesidades de este mismo autor: Necesidad de logro, Necesidad de afiliación y Necesidad de Poder³⁶.

Dentro de la Necesidad de logro aparecen: ser persistente, buscar oportunidades e iniciativa, buscar riesgos calculados, exigir eficiencia y calidad y cumplir compromisos. Por el lado de la Necesidad de afiliación está: planificar sistemáticamente, buscar información y fijar metas. En la Necesidad de poder aparece: ser persuasivo y construir redes de apoyo junto con la autoconfianza e independencia.

4.4 EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA

En la presente investigación se hace énfasis en las Empresas de Base Tecnológica debido a su creciente importancia en el desarrollo económico de los países. El estudio de las Empresas de Base Tecnológica ha sido estimulado por la calidad de empleo que generan y los procesos de innovación que surgen alrededor de este tipo de organizaciones. Autio (1995) y Yli-Renko (1999) han propuesto una clara definición, para las nuevas empresas de base tecnológica al exponer que 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

³⁶ PULGARÍN, Sergio Andrés y CARDONA, Marleny. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario [online]. 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>

decir, son activos en el desarrollo, fabricación, o la comercialización de la tecnología.³⁷

Según Bollinger, *et al.* (1983) las empresas de Base Tecnológica presentan cuatro características importantes: son empresas muy pequeñas que ocupan poco personal y que producen bienes y servicios con alto valor agregado, son totalmente independientes, el motivo de creación principalmente es explotar una idea tecnológicamente innovadora y tienden a relacionarse con organizaciones de investigación afines³⁸.

Para Júnior (2012), las Empresas de Base Tecnológica pueden caracterizarse por los siguientes factores: alto grado de conocimientos técnicos por parte del talento humano; inversiones en investigación y desarrollo; productos y métodos novedosos y actuales; productos y procesos con la vida relativamente corta debido al dinamismo de las innovaciones.³⁹

A nivel académico los primeros estudios de la iniciativa empresarial de base tecnológica se dieron en la década de 1960 (Roberts (2004)). Actualmente la literatura acerca de la universidad emprendedora y el emprendimiento académico

³⁷ 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>

³⁸ CAMACHO, Jaime y PRADILLA, Humberto. Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica: Mecanismo de política y de gestión tecnológica. 1 ed. Bucaramanga: Ediciones UIS, 2002, p. 85

³⁹ . ANDRADE JUNIOR, Pedro. Modelo de avaliação e superação das dificuldades de empresas de base tecnológica em incubadoras [online]. Brazil: 2013. Disponible en internet: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132013005000085&lng=pt&nrm=iso&tlng=en

se ha centrado en la transferencia de tecnología entre tres actores: la universidad, las empresas spin-off, y los empresarios de la facultad (por ejemplo, Dahlstrand (1997); Digregorio y Shane (2003); Digregorio y Shane (2003); Etzkowitz (1998); Etzkowitz (2003); Nicolau y Birley (2003); Vohora *et al.* (2004)).⁴⁰

Según Kourilsky y Walstad (2002), muchos de los emprendedores que han incursionado en el negocio de alta tecnología lo hicieron al detectar una oportunidad, lo cual ha ocurrido frecuentemente por la experiencia adquirida en una actividad o trabajo anterior que realizaba. Otros emprendedores surgieron gracias a una idea tecnológica o por haber inventado un nuevo sistema tecnológico que quisieron ofrecer al mercado, o porque identificaron un nicho o una necesidad insatisfecha en el mercado y que lo hicieron en el momento oportuno (Kourilsky & Walstad (2002)). También encontraron que otros individuos han emprendido en nuevos negocios de su afición tecnológica o por el interés y el conocimiento en su campo de interés.⁴¹

⁴⁰ 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>

⁴¹ 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>

5. APOYO AL EMPRENDIMIENTO

Se estudian los 10 programas de emprendimiento de las universidades que a criterio de la Red Universitaria de Emprendimiento lideran los procesos de emprendimiento universitario en Colombia. Los criterios tenidos en cuenta por REUNE para seleccionar este grupo de universidades son dos:

1. Que el centro de emprendimiento esté oficializado e institucionalizado frente a la rectoría de la universidad
2. Que el centro de emprendimiento cuente con por lo menos 5 años de funcionamiento

Los centros de emprendimiento que se estudian se relacionan en la tabla 2

Tabla 1. Centros de emprendimiento estudiados

Universidad	Nombre del centro de emprendimiento
1-Universidad EAN	Programa Emprendedor Nosotros
2-Universidad Nacional de Colombia. Sede Bogotá	Unidad de Emprendimiento UNAL
3-Universidad Santo Tomás	Programa de emprendimiento
4-Universidad del Norte	Centro de emprendimiento Uninorte
5-Universidad de Antioquia	Unidad Emprendimiento Empresarial
6-Universidad Industrial de Santander	Programa de emprendimiento UIS

7-Universidad ICESI	Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad ICESI
8-Universidad del Rosario	UR Emprende
9-Universidad de la Sabana	Centro de Emprendimiento e Innovación Sabana (CEIS)
10-Universidad de Manizales	Unidad de Emprendimiento y Empresarismo

A continuación, se realiza una descripción del centro de emprendimiento y los servicios que oferta.

5.1 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD EAN⁴²

Descripción del Centro de emprendimiento

“El Programa *Emprendedor Nosotros*” de la Universidad EAN realiza la gestión del emprendimiento de sus actores tanto internos como externos a través de 3 grupos importantes⁴³:

1. Formación mediante modelo EANTEC⁴⁴
2. Investigación en temas relacionados con el emprendimiento

⁴² <http://ean.edu.co/>

⁴³ UNIVERSIDAD EAN. Programa Emprendedor – Nosotros [online]. http://www.ean.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=752&Itemid=276 [citado en 9 de Octubre 2014]

⁴⁴ Modelo de formación en competencias emprendedoras de la Universidad EAN.

3. Programas de extensión y proyección social

El programa de extensión y proyección social se encarga de llevar la experiencia emprendedora construida por la universidad directamente hacia diferentes poblaciones, con el fin de consolidar las iniciativas de creación de empresas por parte de egresados y estudiantes ante la sociedad.

El modelo EANTEC se centra en el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes a través de 3 pilares conceptuales:

1. Proyecto de vida emprendedor
2. Análisis del entorno para la identificación de oportunidades de negocio
3. Desarrollo de herramientas gerenciales para la planeación y puesta en marcha de empresas.

El modelo EANTEC es de carácter obligatorio para todos los programas de formación, para pregrado es impartido a todas las titulaciones a través de un grupo interdisciplinario de profesionales, en el caso de los programas de posgrado el modelo se imparte a través de una unidad de estudio con un enfoque gerencial y especializado en la respectiva área del conocimiento del programa⁴⁵.

Además, el Programa IN3 “Innova, Integra, Incuba” es una propuesta de incubación externa generada por la Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social de la EAN a través del Programa Emprendedor que se encarga de darle continuidad al proceso de creación de empresas de egresados y estudiantes de forma extracurricular.

⁴⁵ UNIVERSIDAD EAN. Modelo EANTEC [online].
http://www.ean.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=757&Itemid=277276 [citado en 9 de Octubre 2014]

5.2 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA⁴⁶. SEDE BOGOTÁ

Descripción del Centro de emprendimiento

“La Unidad de Emprendimiento UNAL” tiene como misión promover y gestionar la cultura del emprendimiento ante todos los integrantes de la comunidad universitaria. Está adscrita a la escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública, tiene el papel de estimular y brindar apoyo a los procesos de emprendimiento en la universidad.

Tiene como principales objetivos⁴⁷:

1. Fomentar la generación de proyectos innovadores por medio de alianzas estratégicas con unidades especializadas internas y externas a la universidad
2. Posicionarse en la universidad como un medio eficaz de apoyo al emprendedor en sus procesos de creación de empresas.
3. Fortalecer y acompañar el crecimiento, aceleración y sostenibilidad de empresas en incubación.

Los valores rectores del accionar de la Unidad de Emprendimiento son la transparencia, el espíritu emprendedor, el sentido humano, y la responsabilidad.

Servicios

1. **Talleres:** Ofrece talleres a estudiantes y egresados sobre espíritu empresarial, ideas y planes de negocio, de tal manera que propicia un

⁴⁶ <http://unal.edu.co/>

⁴⁷ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. La UEI [online]. <http://www.emprendimiento.unal.edu.co/inicio/uei> [citado en 9 de Octubre 2014]

espacio para la interacción entre emprendedores para el fortalecimiento de sus ideas de negocio, además se ofrece actualización en temas de gestión.

2. **Asesoría en Psicología:** Después de la etapa de talleres se ofrece asesoría en psicología a los emprendedores para terminar de estructurar las ideas de negocio y se cimientan las bases para el plan o modelo de negocio.
3. **Asesorías:** Luego de la asesoría en psicología, se asigna una asesoría personalizada al emprendedor para definir el plan o modelo de negocio
4. **Acompañamiento:** En esta etapa se realizan evaluaciones de seguimiento al proceso de avance del proyecto hasta la consolidación, todo esto con el fin de apoyar el mantenimiento de la empresa a través de un proceso integral⁴⁸.

5.3 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS⁴⁹

Descripción del Centro de emprendimiento

La misión del “*Programa de Emprendimiento*” es generar una cultura de emprendimiento en la comunidad universitaria con el fin de favorecer la creación de nuevos empleos, generar riqueza, satisfacer el proyecto de vida de los

⁴⁸ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Nuestros servicios [online]. <http://www.emprendimiento.unal.edu.co/servicios/talleruei> [citado en 9 de Octubre 2014]

⁴⁹ <http://www.usta.edu.co/>

emprendedores y la comunidad impactada con los efectos del surgimiento de las nuevas organizaciones⁵⁰.

EL programa está direccionado a estudiantes, egresados, administrativos, profesores y comunidad cercana a la Universidad

Fases del programa:

1. Motivación empresarial: El objetivo es estimular la mentalidad de emprendedor a través de charlas empresariales, tertulias y concursos
2. Preparación empresarial: En esta fase se inicia el proceso de asesoría, se apoya en la estructuración de la idea de negocio, se asigna un asesor Líder o Padrino del proyecto para la formulación del Plan de empresa.
3. Financiación y puesta en marcha: La unidad coordinadora apoya al estudiante en el establecimiento de alianzas estratégicas para financiar el proyecto a través del Fondo Emprender, Fondos de Capital Semilla, Fondos de Capital de Riesgo, el sistema Bancario y sus líneas específicas de apoyo a la creación y consolidación de Empresas, o con Inversionistas Privados
4. Fase de seguimiento y Consolidación: En esta fase se brinda acompañamiento permanente a la puesta en marcha y desarrollo de la nueva empresa.

⁵⁰ UNIVERSIDAD SANTO TOMAS. Programa de emprendimiento [online]. <http://proyeccionsocial.usta.edu.co/index.php/emprendimiento/programa-de-emprendimiento> [citado en 9 de Octubre 2014]

5.4 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DEL NORTE⁵¹

Descripción del Centro de emprendimiento

“El Centro de Emprendimiento UniNorte” busca estimular la cultura empresarial con responsabilidad social y el espíritu emprendedor, apoya el desarrollo de competencias emprendedoras a nivel institucional, identifica y desarrolla comportamientos emprendedores y apoya el desarrollo de ideas de negocio con potencial de crecimiento⁵².

El objetivo principal es generar y ejecutar políticas de emprendimiento en la universidad.

Servicios

1. **Sensibilización:** Este servicio se presta por medio de workshops de Emprendimiento, ferias empresariales, seminario y talleres con el fin de propiciar actividades académicas e investigativas que establezcan conocimientos entorno al emprendimiento.
2. **Incubación:** Se ofrece acompañamiento a estudiantes y egresados en los procesos de concepción de idea de negocio, formulación de planes de negocio y participación en convocatorias de capital semilla.
3. **Aceleración Empresarial:** Se brinda el servicio de apoyo al emprendedor en el fortalecimiento y búsqueda de recursos para el crecimiento de las empresas.

⁵¹ <http://www.uninorte.edu.co/>

⁵² UNIVERSIDAD DEL NORTE. Misión Centro de Emprendimiento [online]. <http://www.uninorte.edu.co/web/centro-de-emprendimiento/> [citado en 10 de Octubre 2014]

5.5 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA⁵³

Descripción del Centro de emprendimiento

La misión de la “*Unidad de Emprendimiento Empresarial*” es fomentar el espíritu emprendedor en la Universidad de Antioquia mediante el incentivo de la cultura emprendedora y apoyo al proceso de creación de empresas con valor agregado partiendo de las oportunidades de negocio, la actividad económica y los resultados de investigación.

La unidad de emprendimiento se estructura en dos grandes líneas: Educación-Cultura y Gestión de iniciativas emprendedora, mediante las cuales se prestan los diferentes servicios⁵⁴.

Servicios

- 1. Información:** Da a conocer los diferentes servicios a la comunidad universitaria de manera oportuna y eficaz
- 2. Sensibilización:** A través de este servicio concientiza sobre la importancia de la gestión tecnológica en el desarrollo de del emprendedor y su entorno
- 3. Formación:** Realiza actividades de capacitación en materia de emprendimiento.

⁵³ <http://www2.udea.edu.co/webmaster/indexudea.html>

⁵⁴ UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. Unidad Emprendimiento Empresarial [online]. <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/Programas/gestionTecnologica/B.emprendimientoEmpresarial/A.presentacion> [citado en 10 de Octubre 2014]

- 4. Acompañamiento:** Se ofrece apoyo y asesoría a los interesados en incorporarse en temas de emprendimiento

5.6 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER⁵⁵

Descripción del Centro de emprendimiento

“El Programa de Emprendimiento UIS” propende por la estimulación del espíritu emprendedor, la creación y fortalecimiento de empresas a través de apoyo integral a estudiantes y egresados de la universidad en las fases de formulación, gestión de recursos y puesta en marcha de proyectos emprendedores.⁵⁶

La población objetivo de la Unidad de Emprendimiento está constituida por:

- Estudiantes de los últimos dos semestre de un programa de Pregrado
- Estudiantes de un programa de especialización, maestría de investigación o doctorado.
- Egresados con título de alguno de los programas de pregrado, especialización, maestría de investigación o doctorado

Servicios

1. Acceso a jornadas de difusión y capacitación en temas afines a la creación y fortalecimiento empresarial

⁵⁵ <http://www.uis.edu.co/webUIS/es/index.jsp>

⁵⁶ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Programa de Emprendimiento [online]. <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/convocatoriasProgramasApoyo/programasApoyoConvocatoriasInternas/emprendimientoVIE.html> [citado en 10 de Octubre 2014]

2. Acompañamiento en la preparación de solicitudes de apoyo a convocatorias externas.
3. Vinculación a la red de emprendedores de la Universidad Industrial de Santander.
4. Asesoría legal por parte del consultorio jurídico de la Universidad.
5. Curso en línea (10 horas) sobre propiedad intelectual
6. Curso en línea (60 horas) sobre conceptualización y práctica para la construcción del plan de negocios

5.7 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD ICESI⁵⁷

Descripción del Centro de emprendimiento

“El Centro de Emprendimiento de la Universidad ICESI” es una unidad académica de la Universidad Icesi que busca forjar una nueva cultura empresarial que sea innovadora y responsable socialmente, de tal manera que se constituya en motor de desarrollo tanto social como económico en el ámbito nacional.

Las áreas de trabajo del Centro son:⁵⁸

- Desarrollo del Espíritu y de la Cultura Empresarial
- Creación de Empresas
- Formación de Líderes Empresariales
- Educación Empresarial
- Gestión de Empresas Familiares

⁵⁷ <http://www.icesi.edu.co/>

⁵⁸ UNIVERSIDAD ICESI. Quiénes Somos [online].
http://www.icesi.edu.co/cdee/quienes_somos/quienes_somos.php [citado en 10 de Octubre 2014]

- Gestión de PyME.

Brinda cursos, seminarios, diplomados y talleres a estudiantes de pregrado y posgrado de la universidad, a profesores, a niños y jóvenes, a profesionales y no profesionales con intención de crear empresa y a grupos sociales que se encuentren interesados en capacitación emprendedora.

El modelo educativo se basa en dos ejes:

1. Educación Empresarial
2. Modelo de Formación basado en competencias

Las actividades de extensión del Centro se dan a través del programa Propyme que ofrece capacitación y asesoría en aras de mejorar la productividad y competitividad de la PYME en Colombia.

5.8 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DEL ROSARIO⁵⁹

Descripción del Centro de emprendimiento

“UR Emprende” brinda formación y acompañamiento integral a emprendedores de la comunidad universitaria en la consolidación de sus proyectos de emprendimiento, está enfocado a estudiantes, egresados, comunidad de la universidad y la sociedad.

Programas

- Programa de sensibilización y cultura para el Emprendimiento
- Programa Acompañamiento

⁵⁹ <http://www.urosario.edu.co/>

Servicios

1. **Inspírate:** A través de este servicio la unidad de emprendimiento da a conocer los casos de emprendimiento universitario exitosos, genera espacios de interlocución entre los estudiantes y líderes emprendedores con el fin de motivar la mentalidad emprendedora
2. **Descubre:** Con este servicio pretende ayudar al descubrimiento de ideas de negocio en la comunidad universitaria mediante la identificación de problemas, necesidades u oportunidades del ambiente para consolidar propuestas de valor.
3. **Construye:** Se brinda asesoría en la estructuración el modelo de negocio y del plan de negocio. Se realiza validación, creación de clientes y prototipado.
4. **Fortalece:** Las empresas que ya están en funcionamiento reciben acompañamiento a través de construcción de planes de mejoramiento y laboratorios con expertos⁶⁰

5.9 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE LA SABANA⁶¹

Descripción del Centro de emprendimiento

“El Centro de Emprendimiento e Innovación Sabana (CEIS)” tiene como propósito promover el emprendimiento y la innovación a través del desarrollo de una fuerte

⁶⁰ UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Nuestros servicios [online]. <http://www.urosario.edu.co/Centro-de-Emprendimiento/ur/Nuestros-Servicios/> [citado en 10 de Octubre 2014]

⁶¹ <http://www.unisabana.edu.co/>

cultura emprendedora que impulse el espíritu empresarial, espíritu innovador, espíritu inventivo y espíritu creativo de los estudiantes.

También vincula a los egresados con proyectos de emprendimiento con el fin de que logren consolidar sus ideas de negocio en casos de éxito empresarial, esto para proyectar la universidad ante la sociedad como un claustro que prepara profesionales con capacidad de liderazgo empresarial que generan proyectos de impacto⁶².

Servicios

- 1. Programa de Formación y Cultura Emprendedora:** A través de asignaturas curriculares, asignaturas electivas, cursos y talleres especializados abarcando las temáticas de emprendimiento, innovación, creatividad y empresas familiares.
- 2. Programa de Acompañamiento y Financiación de proyectos empresariales:** Por medio de este servicio brinda asesoría en elaboración de planes de negocio y se da un acompañamiento para la gestión de recursos ante capital semilla y redes inversionistas
- 3. Programa de Desarrollo Empresarial:** Ofrece consultoría especializada en propiedad intelectual, desarrollo comercial, marketing, empresas familiares, gestión de proyectos y gestión del conocimiento.
- 4. Programa de Empresas Familiares.**
- 5. Programa de Emprendimiento Social.**

⁶² UNIVERSIDAD DE LA SABANA. Centro de Emprendimiento e Innovación Sabana (CEIS) [online]. <http://www.unisabana.edu.co/carreras/administracion-de-empresas/centro-de-emprendimiento-e-innovacion-sabana-ceis/> [citado en 10 de Octubre 2014]

6. Investigación.
7. Proyectos Especiales.
8. Red de Emprendimiento Sabana.

5.10 CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE MANIZALES⁶³

Descripción del Centro de emprendimiento

“La Unidad de Emprendimiento y Empresarismo” Busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento en la universidad por medio de la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo y las políticas nacionales. Está conformado por un equipo interdisciplinario de la universidad para promoverla creación y el fortalecimiento empresarial⁶⁴.

Servicios

1. **Motivación y sensibilización:** Por medio de foros, ferias, ruedas de negocio, ruedas de inversión y desarrollo de estrategias comerciales.
2. **Formación:** A través de jornadas de capacitación en emprendimiento y Empresarismo a los beneficiarios
3. **Identificación de ideas de negocio:** Orienta la identificación de ideas con potencial de proyectos empresariales.

⁶³ <http://www.umanizales.edu.co/>

⁶⁴ UNIVERSIDAD DE MANIZALES. Unidad de Emprendimiento y Empresarismo [online]. <http://www.umanizales.edu.co/u/launiversidad/emprendimiento/index.html> [citado en 10 de Octubre 2014]

4. **Formulación de Planes de Negocio:** Asesoría en estructuración de planes de negocio para presentar ante fuentes de financiación

5. **Incubación:** Ofrece acompañamiento en formalización y fortalecimiento organizacional

6. ANÁLISIS DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES UIS DE PREGRADO PRESENCIAL

6.1 METODOLOGÍA UTILIZADA

Inicialmente se realiza una revisión de literatura para evaluar instrumentos de medición de las características emprendedoras validados en estudios similares. Producto de esta revisión se identifican dos test ampliamente utilizados y validados en la literatura que miden las características del perfil emprendedor en el presente proyecto. Igualmente, se realiza consulta bibliográfica relacionada con el análisis y procesamiento de los datos. Esta consulta se efectúa en los temas de estadística descriptiva y análisis econométricos.

Posteriormente, se diseña la encuesta teniendo en cuenta todas las variables de interés para la investigación y se valida a través de la ejecución de la respectiva prueba piloto, luego se realizan las modificaciones que sugiere dicha prueba para obtener la versión final del instrumento. Esta encuesta es administrada en los salones de clase seleccionados mediante el muestreo. Se realiza la tabulación de los datos recolectados y se procede a realizar los análisis estadísticos y econométricos para discutir y concluir los resultados.

6.2 PREPARACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

6.2.1 Tipo de estudio: Esta investigación es de carácter descriptivo ya que pretende identificar el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Industrial de Santander por medio de la aplicación de un cuestionario diseñado para medir el nivel de cada característica emprendedora.

Determinación de la información necesaria: Para adquirir la información necesaria del estudio fue necesario gestionar algunos datos. La Dirección de Admisiones y Registro Académico suministró la información requerida respecto al total de la

población de estudiantes de los programas de pregrado presencial en la sede central de la Universidad Industrial de Santander para el primer semestre académico del 2014

Además, con el objeto de aplicar un muestreo por conglomerados, es necesario hablar con los directores de escuela de la UIS para obtener la información del número de cursos dictados por cada programa académico. Para el caso de la facultad de Ciencias Humanas esta información fue dada por la decanatura de esta facultad.

La administración del instrumento se hizo en cada salón seleccionado, suministrando un cuestionario físico a cada estudiante.

6.2.2 Diseño del cuestionario preliminar: Se diseña el instrumento de recolección de datos a partir de la identificación de encuestas que se han utilizado en estudios similares en el país o en el mundo; las preguntas se orientan teniendo en cuenta la información obtenida en la revisión de literatura. Para el diseño de la encuesta se incluyen preguntas tipo cerrado con opción de respuesta múltiple y preguntas abiertas con información puntual, organizándolas en las siguientes secciones:

- Información general del proyecto de investigación.
- Test tomado de la General Self-Efficacy Scale (GSE: Schuarzer & Jerusalem, 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
- 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.

- Información del entorno para la creación de empresas
- Características de las empresas creadas

La versión inicial del instrumento se puede observar en el Anexo A.

6.2.3 Muestreo: La población objetivo de la investigación corresponde a los estudiantes de la UIS pertenecientes al programa de pregrado presencial de la sede Bucaramanga matriculados durante el primer semestre académico del año 2014.

La selección de la muestra se realiza en dos fases; en la primera fase se lleva a cabo un muestreo estratificado por facultades y en la segunda fase se realiza un muestreo por conglomerados con cada una de las cinco facultades de la universidad.

Para comenzar el muestreo, en la primera fase, conociendo que la población objetivo corresponde a 15889 estudiantes⁶⁵ de pregrado presencial se calcula la muestra:

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

En donde,

N=tamaño de la población

Z=nivel de confianza

P=probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q=probabilidad de fracaso

D=Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

⁶⁵ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Dirección de Admisiones y Registro Académico

Se obtiene una muestra de 376 estudiantes para el estudio y se divide proporcionalmente entre las 5 facultades como se resume en la tabla 3.

Tabla 2. Muestreo Estratificado por facultades

Facultad	Número de estudiantes	Proporción de estudiantes	Muestra por facultad
Facultad de Ciencias Humanas	3498	22%	83
Facultad de Ciencias	1223	8%	29
Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas	6134	39%	146
Facultad de Ingenierías Físicoquímicas	3398	21%	81
Facultad de Salud	1636	10%	39
Total general	15889	100%	
Muestra (Número de estudiantes)	376		

Una vez realizado el muestreo por facultades se procede a realizar el muestreo por conglomerados. Se determina que el conglomerado de interés para la investigación es el salón de clases y se establece que se debe entrevistar a 10 estudiantes por cada salón eligiéndolos de forma sistemática. Para determinar el número de conglomerados por facultad se divide el total de la muestra por facultad entre el número de estudiantes a entrevistar por salón, en este caso 10 estudiantes como se observa en la tabla 4.

Tabla 3. Número de conglomerados por facultad a entrevistar

Facultad	Muestra por facultad (número de estudiantes)	Número de estudiantes a entrevistar por conglomerado	Número de conglomerados (cursos) por facultad
Facultad de Ciencias Humanas	83	10	9
Facultad de Ciencias	29	10	3
Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas	146	10	15
Facultad de Ingenierías Físicoquímicas	81	10	9
Facultad de Salud	39	10	4
Total			40

Una vez conocido el número de cursos a entrevistar por facultad, se realiza la selección de los conglomerados de forma aleatoria.

6.3 APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO

Según Hernández (2010), la prueba piloto debe ser realizada a una muestra inferior a la muestra definitiva, aconseja que cuando la muestra sea de 300 o más elementos la prueba piloto se hace con entre 30 y 60 elementos, a menos que las condiciones de la investigación exijan un número más alto⁶⁶.

La Validación Interna del instrumento se realiza bajo una prueba piloto de la encuesta a una pre-muestra de 31 estudiantes de la universidad, con el objetivo de recibir la realimentación respectiva en cuanto a la claridad de las preguntas, pertinencia, suficiencia para obtener la información requerida y especificidad de las mismas.

⁶⁶ HERNANDEZ, Roberto, *et al.* Metodología de la investigación. México, DF, México: McGraw-Hill Interamericana Editores, 2010, 8 p.

Antes de administrar la encuesta, al encuestado le es suministrado un documento de consentimiento informado en el cual se explica el objetivo de la investigación, el procedimiento a seguir, condiciones para el tratamiento de la información, los riesgos, los beneficios y la confidencialidad de la información; haciendo énfasis en que la información se suministra de forma voluntaria y que el sujeto está en su derecho de responder o no la encuesta. Al finalizar la lectura del documento, se solicita la autorización al participante para que los datos puedan ser utilizados en la realización de productos de investigación relacionados con este proyecto y solo cuando acepta ser parte del estudio, se procede a realizar la encuesta. Al realizar este procedimiento, se cumple el principio de respeto por los participantes, tratándolos como agentes autónomos, brindándoles la información necesaria para determinar si desean participar o no en la investigación

Una vez administrado el instrumento a los 31 estudiantes durante la prueba piloto, se tabulan los resultados y se analizan. Se evalúa el nivel de comprensión de las instrucciones, el lenguaje, la redacción y el funcionamiento adecuado de los ítems. Ya con los resultados de la prueba piloto, el instrumento de medición preliminar se modifica, ajusta y mejora para construir la versión final del instrumento listo para administrar.

En cuanto a la Validación externa o de variables, se realiza a través de la aplicación de la prueba *t-student* o prueba de diferencia de medias para muestras independientes. La consistencia se mide por el coeficiente de *Alpha de Cronbach*.

6.3.1 Confiabilidad del Instrumento de medición: Se utiliza el coeficiente del *Alpha de Cronbach* para medir la fiabilidad del instrumento de recolección de datos. Los resultados se resumen en la tabla 5.

Tabla 4. Resultados Alpha de Cronbach

Característica	Alpha de Cronbach
Autoeficacia	0,791
Aversión al riesgo	0,734
Locus de Control Interno	0,563
Carácter Innovador	0,557

Teniendo en cuenta el criterio de George y Mallery (2003):

- Coeficiente alfa >0,9 es excelente
- Coeficiente alfa >0,8 es bueno
- Coeficiente alfa >0,7 es aceptable
- Coeficiente alfa >0,6 es cuestionable
- Coeficiente alfa >0,5 es pobre
- Coeficiente alfa <0,5 es inaceptable

Así las cosas, se tiene que el coeficiente del *Alpha de Cronbach* para Autoeficacia y Aversión al riesgo es aceptable y para Locus de Control Interno y Carácter Innovador es bajo pero se puede trabajar con estas características dado que no cae en el rango de inaceptable.

6.3.2 Estructura del cuestionario final: La versión final del cuestionario aparece en el ANEXO B, y la estructura del instrumento es la siguiente:

- **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. Este documento se presenta en el Anexo C.

- **Datos de identificación:** información personal del encuestado como género, edad y nivel de educación, es de aclarar que no se solicitó 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 & Jerusalem, 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 estudiantes emprendedores:** experiencia laboral previa a la creación de la empresa y las características de la empresa creada.

6.4 RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos se realiza aplicando la encuesta en cada uno de los 40 cursos seleccionados mediante el muestreo estadístico. Tal muestreo indica aplicar la encuesta a 10 estudiantes de cada curso seleccionándolos de forma sistemática, pero al analizar las condiciones del trabajo de campo, se prevé que interrumpir un salón de clases por solo 10 estudiantes será difícil, por lo tanto se toma la decisión con el equipo de investigación de entrevistar a la totalidad de estudiantes que se encuentren en los cursos seleccionados mediante el muestreo.

Para comenzar se diseña un cronograma de trabajo que contempla los horarios, el profesor, el número de estudiantes y la ubicación de cada curso seleccionado mediante el muestreo. Una vez el encuestador se encuentra en el curso, da a conocer la importancia del proyecto comunicando el objetivo y la justificación del estudio a los encuestados, entrega el cuestionario junto con un documento de consentimiento informado a cada estudiante, explica en qué consiste el consentimiento informado y da inicio al proceso de responder encuestas. El tiempo promedio de respuesta es de 10 minutos.

Para reemplazar cursos que no era posible encontrar, se utiliza el método de reemplazo por sustitución⁶⁷ que sugiere cambiar una unidad de muestra por otra que posea el mismo perfil de interés para el estudio cuando no es posible encuestarla.

En este estudio es de interés que el reemplazo se haga por estudiantes de un mismo plan de estudios y de un mismo nivel académico, para ello se establecen dos criterios de sustitución. El primer criterio para realizar sustitución es cambiar el curso por otro de la misma asignatura. En caso de no ser posible aplicar el primer criterio se aplica el segundo que consiste en realizar la sustitución de curso por uno del mismo nivel y plan de estudios.

6.5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se realizó un análisis descriptivo en donde se tabularon las respuestas de la encuesta y se graficaron las proporciones obtenidas por cada factor.

⁶⁷ SHARON, Lohr. Muestreo: Diseño y análisis. International Thompson Editores, S.A. de C.V, México. 2000. ISBN 970-686-017-7, p. 143-144

Luego del análisis descriptivo se llevó a cabo un análisis multi-factores, conformado por análisis de correspondencia simple y de tablas de contingencia. Esto se hace con el fin de determinar si existe alguna relación entre la creación de empresas y los factores personales y del entorno del individuo.

Finalmente, dada la baja ocurrencia de creación de empresas se aplicó un modelo econométrico *Rare Logit* para relacionar las características del perfil del estudiante UIS con su intención por crear empresas, con base en la información obtenida en la encuesta aplicada.

El modelo *Relogit* está definido así:

$$\Pr(Y_0 = 1 \mid \hat{\beta}) = \pi_0 = \frac{1}{1 + e^{-x_0 \hat{\beta}}}$$

Para esta investigación, el modelo es el siguiente:

Probabilidad del Estudiante UIS de crear una empresa = $F(X_i \beta)$

Donde se tendrán en cuenta variables independientes X , tales como:

- Antecedentes familiares
- Educación, sexo y edad
- Objetivos y motivaciones

También se utilizó el *Rare Logit* para encontrar la influencia de las características del emprendedor en la creación de empresas de base tecnológica, tomando como

población únicamente a aquellos estudiantes UIS que ya han puesto en marcha ideas de negocio. Este modelo, propuesto por King y Zeng (2001), tiene la ventaja de dar respuesta más apropiada a las regresiones de variables dependientes con poca ocurrencia. Su uso se justifica porque según conocimiento previo de la dinámica emprendedora en Santander y Colombia, es sabido que son pocas las empresas de base tecnológica que se crean frente a las de corte tradicional.

El modelo se corrió en el software *STATA* y los resultados obtenidos fueron analizados en función de la significancia estadística de la dependencia de la variable de salida por cada una de las independientes y se estudió la relación directa o inversa entre dichas variables.

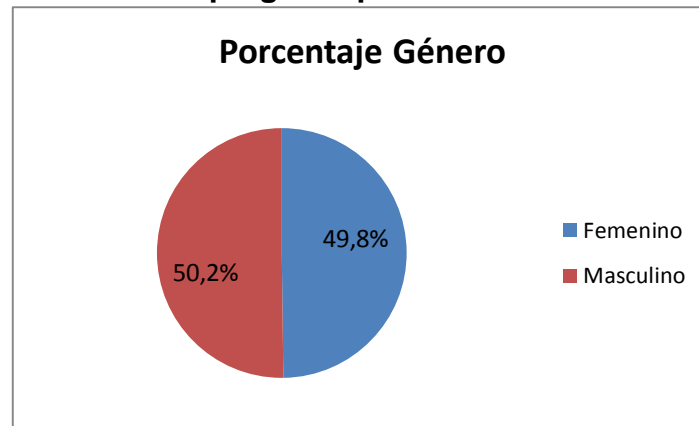
6.5.1 Análisis Descriptivo

Factores sociales

- **Género**

La figura 1 muestra una distribución de género equitativa con un 50.2% hombres y 49.8 mujeres.

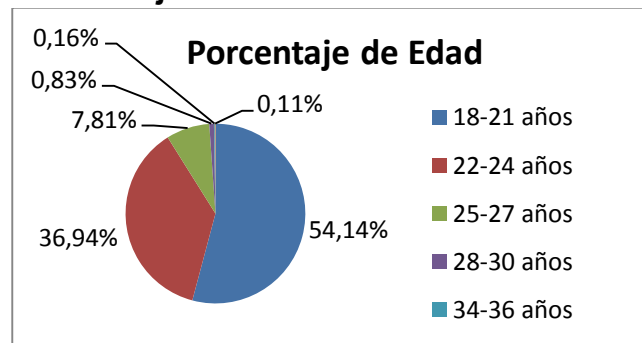
Figura 1. Porcentaje de intención emprendedora de los estudiantes de pregrado presencial



- **Edad**

Se observa que la mayoría de estudiantes se encuentran entre los 18 y 21 años con un 54.14% y muy pocos alumnos son mayores de 25 años.

Figura 2. Porcentaje de edad de los estudiantes de pregrado

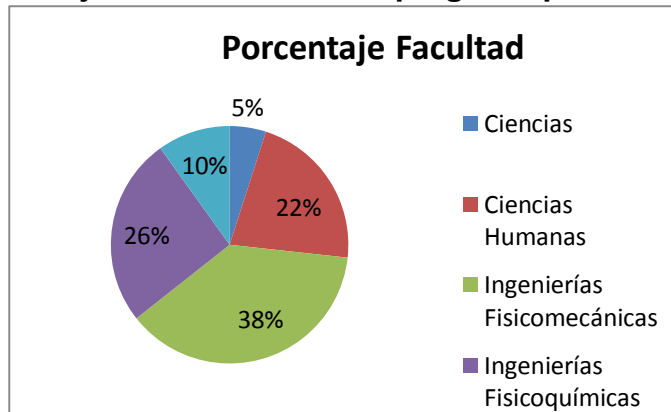


- **Educación Formal**

En la figura 3 se observa la proporción de estudiantes encuestados en las distintas facultades de la universidad, siendo las de mayor representación la facultad de

ingenierías Fisicomecánicas y Físicoquímicas, dado que en ellas están las escuelas con mayor número de estudiantes, lo que se tuvo en cuenta para hallar la muestra estratificada.

Figura 3. Porcentaje de estudiantes de pregrado presencial por facultad

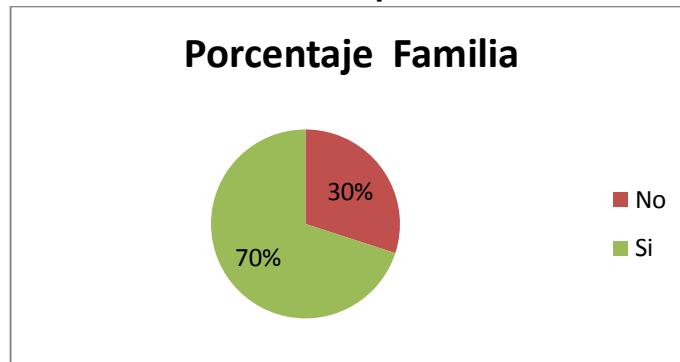


Factores del entorno que influyen en el perfil del emprendedor

- **Familia**

En la figura 4 se observa que un 70% de los estudiantes de pregrado presencial en la UIS tienen por lo menos un miembro familiar que ha creado empresa.

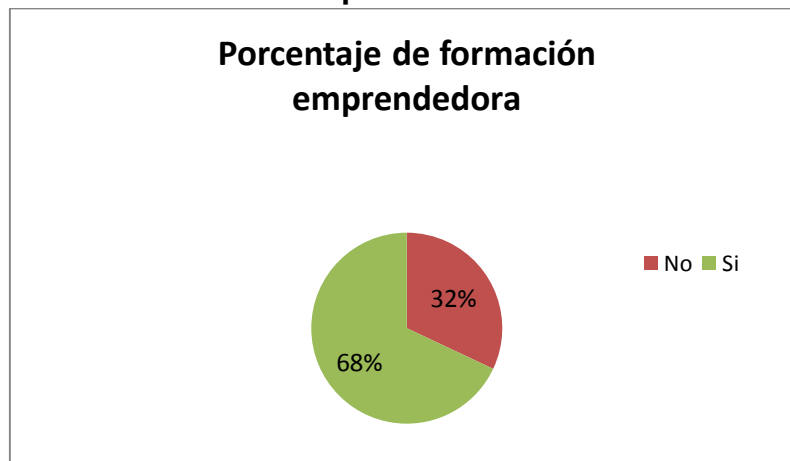
Figura 4. Porcentaje de estudiante de pregrado presencial que cuentan con familia emprendedora



- **Formación Emprendedora**

En cuanto a formación emprendedora, un 32% de los estudiantes afirmaron haber recibido algún tipo de formación emprendedora (fig. 5). Entre los tipos de formación se encontraban los cursos, diplomados y /o asignaturas o electivas de su plan de estudios.

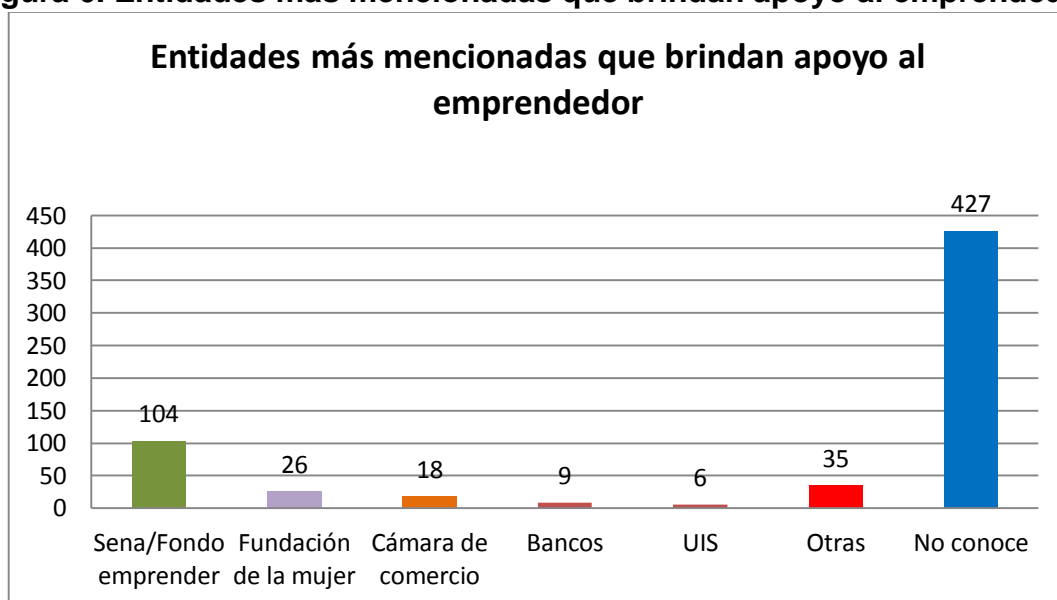
Figura 5. Porcentaje de estudiantes que han recibido formación emprendedora



Entidades que brindan apoyo al emprendimiento

En la figura 6 se evidencia que es muy poco el conocimiento que tiene el estudiante UIS sobre entidades de apoyo al emprendimiento. La gran mayoría no conoce una entidad y la que más conocen es el Fondo Emprender del Sena. Tan solo 6 estudiantes identificaron a la Universidad Industrial de Santander como una entidad que fomenta el emprendimiento a través del programa UIS Emprende.

Figura 6. Entidades más mencionadas que brindan apoyo al emprendedor



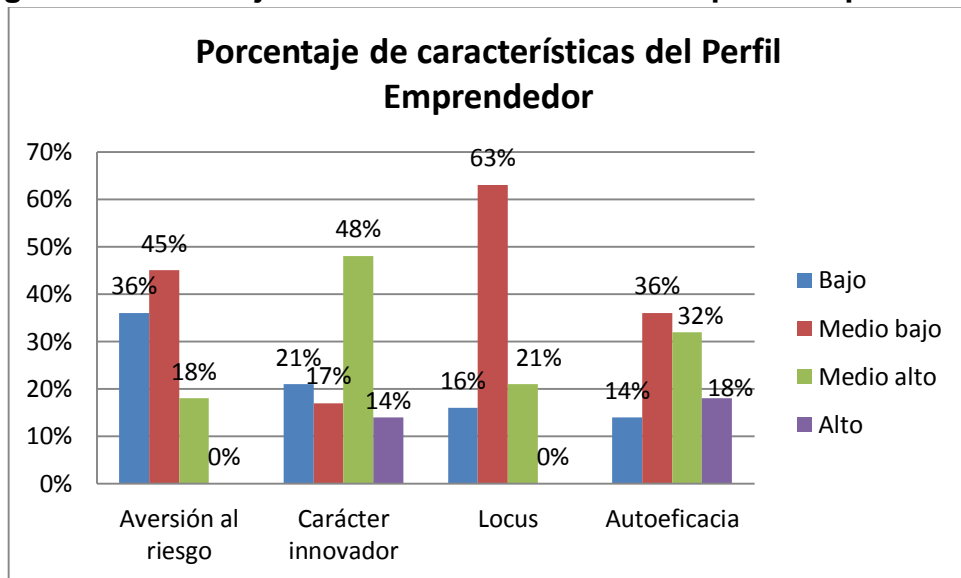
Factores de personalidad que influyen en el perfil del emprendedor

Para tabular los resultados de las características de locus de control y aversión al riesgo se tuvo en cuenta la escala de Jackson (2007). Por otro lado, para medir el carácter innovador y la autoeficacia se realizó una estratificación de cuatro categorías utilizando el teorema de *Chebyshev* tomando como puntos de corte $\mu \pm \sigma$, dado que la mayoría de datos se encontraba en $\mu \pm \sigma$ y tenían un comportamiento parecido al normal. (Kvanli, Pavur, & Keeling, 2006). Para cada

característica tomó los mismos nombres de los niveles de la escala de Jackson (bajo, medio bajo, medio alto y alto).

La figura 7 muestra la distribución de estudiantes en cada nivel de los distintos factores de personalidad que influyen en el perfil emprendedor (locus de control, autoeficacia, aversión al riesgo y carácter innovador).

Figura 7. Porcentaje características internas del perfil emprendedor



- **Locus de Control Interno**

El 63% de los estudiantes de pregrado presencial presentaron un locus de control medio bajo y ningún estudiante presentó un locus de control alto.

- **Carácter innovador**

La categoría más común del estudiante UIS es de carácter innovador medio alto con un 48% de los encuestados, aunque la categoría de menor porcentaje es de carácter innovador alto.

- **Toma de riesgo**

Se observa que por lo general los individuos presentaron niveles de aversión al riesgo bajos, lo cual indica que al estudiante le gusta tomar riesgos.

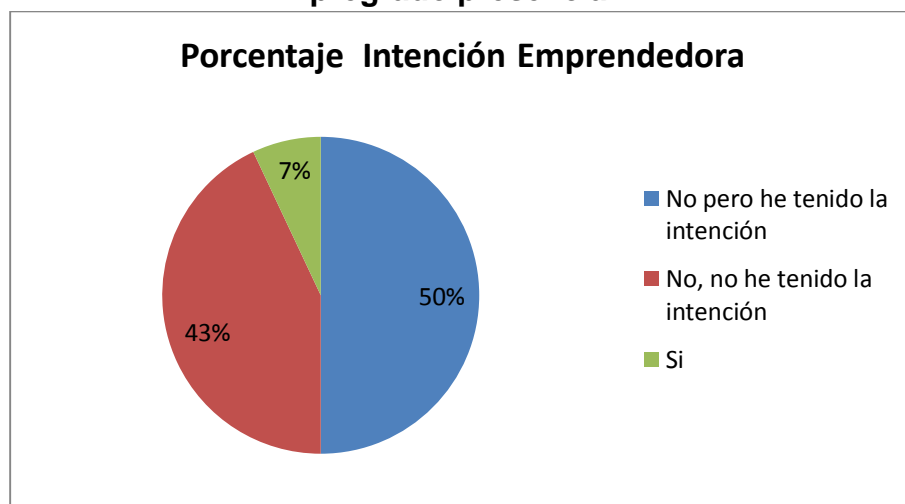
- **Autoeficacia**

Tal como se ve en la figura 7 la mayoría de estudiantes se concentra en un nivel de autoeficacia medio bajo y medio bajo con una proporción del 68%.

- **Intención emprendedora**

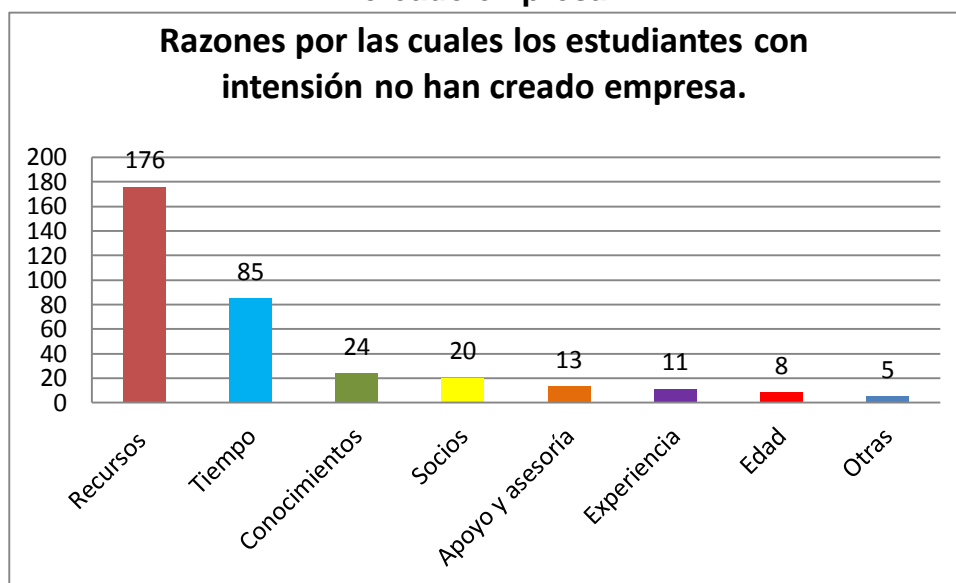
El 43% de los estudiantes de pregrado no ha creado empresa y tampoco han tenido la intención y solo el 7% de los estudiantes han creado empresa.

Figura 8. Porcentaje de intención emprendedora de los estudiantes de pregrado presencial



La figura 9 muestra las razones por las cuales los estudiantes que han tenido la intención de crear empresa no lo han hecho. La mayoría de estudiantes manifiestan que no han llevado a cabo sus intenciones de emprendimiento debido a la falta de recursos, la disponibilidad de tiempo.

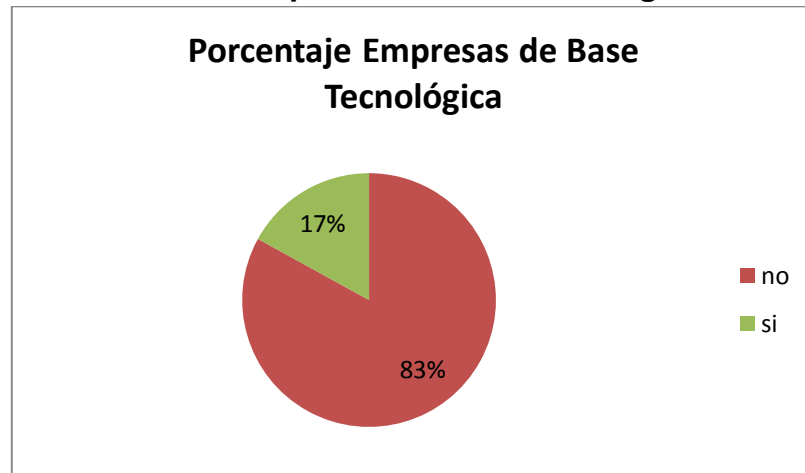
Figura 9. Razones por las cuales los estudiantes con intención no han creado empresa.



Empresas de Base Tecnológica

De los alumnos encuestados y que han creado empresa, el 17% ha creado empresa de base tecnológica.

Figura 10. Porcentaje de estudiantes de pregrado presencial que ha creado Empresa de Base Tecnológica



6.5.2 Análisis Multivariado: Con el fin de determinar si existe una relación de dependencia o independencia entre la intención emprendedora y los diferentes factores que influyen en el perfil del emprendedor se decidió realizar un análisis de tablas de contingencias y un análisis de correspondencias simple, utilizando la gráfica de normalización simétrica para encontrar relaciones entre variables y verificar su nivel de significancia.

Para el análisis de correspondencia se trabajó con un α de 0.05, siendo la hipótesis

$$H_0 = X \text{ e } Y \text{ son independientes}$$

Y la alternativa siendo

$$H_1 = X \text{ e } Y \text{ son dependientes}$$

Para un nivel de significación $0 < \alpha < 1$ la hipótesis H_0 se rechaza si dicho p-valor es menor o igual que α .⁶⁸

⁶⁸ FIGUERAS, Salvador (2003): "Análisis de Correspondencias", [en línea] 5campus.com, Estadística <<http://www.5campus.com/leccion/correspondencias>>

De igual manera 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.
- $0.2 < V \text{ de } Cramer \leq 0.3$: Intensidad de asociación *media* entre la variable dependiente (intención emprendedora) y la variable independiente.
- $0.3 < V \text{ de } Cramer \leq 1.0$: Intensidad de asociación *alta* entre la variable dependiente (intención emprendedora) y la variable independiente.⁶⁹

Factores Sociales

- **Género**

De acuerdo a lo revisado en el capítulo 2.5 se espera que la tasa de emprendimiento de las mujeres sea significativamente más baja que la de los hombres (Kelley (2011)).

De acuerdo a lo analizado en la tabla 6 de contingencia, los hombres tienen una proporción mayor de creación en intención de creación de empresa que las mujeres, pero esa diferencia no es significativa, dado el coeficiente de *Cramer* de 0,059 con lo cual se evidencia una intensidad de asociación baja entre las variables.

⁶⁹ FIERRRO, Jaime. Análisis estadístico univariado, bivariado y variables control. Chile, 2010. Disponible en: <http://chitita.uta.cl/cursos/2012-1/0000104/recursos/r-25.pdf>

Tabla 5. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Género

		Género		Total
		MASCU	FEMEN	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	41,3%	45,5%	43,4%
	No pero he tenido la intención	50,6%	49,0%	49,8%
	Si	8,1%	5,5%	6,8%
Total		50,2%	49,8%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

- **Edad**

Siendo la UIS una Institución de Educación Superior, existe una gran variedad de estudiantes pero de edades similares. Los estudiantes de mayor proporción son los de 18-21 años con 61.5% pero también tienen una proporción baja de creación de empresa 5% y una proporción alta de no intención de crear de 47.9%, de lo cual se podría inferir que los estudiantes mayores tienden a crear más empresas.

Tabla 6. 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

		Edad					Total
		18-21 años	22-24 años	25-27 años	28-30 años	34-36 años	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	47,9%	40,8%	17,5%	20,0%	0,0%	43,4%
	No pero he tenido la intención	47,1%	51,8%	62,5%	60,0%	100,0%	49,8%
	Si	5,0%	7,3%	20,0%	20,0%	0,0%	6,8%
Total		61,5%	30,9%	6,5%	0,8%	0,2%	100,0%

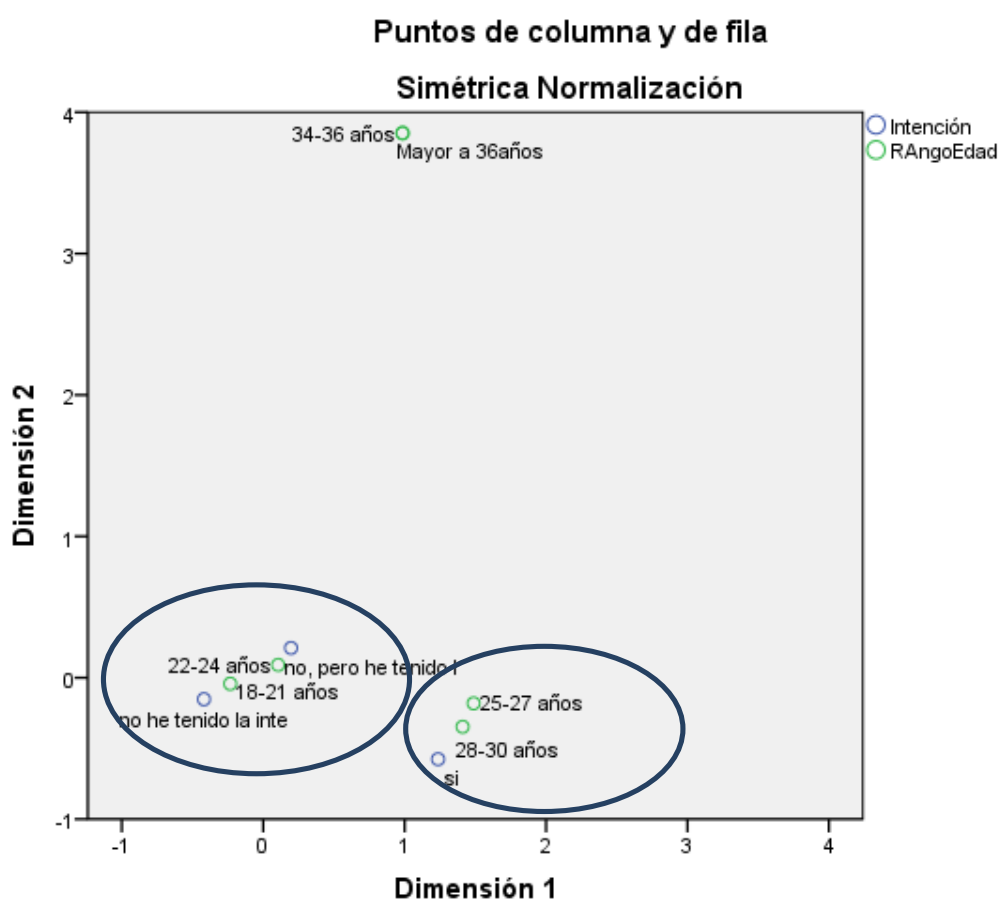
Fuente: SPSS Statistics

Del análisis de la tabla 7 de contingencia se obtuvo un coeficiente de *Cramer* con un valor de 0.146 con lo cual se puede concluir que existe una intensidad de asociación baja entre variables

En figura 11 se evidencia una relación entre el rango de 18 a 21 años con la no intención de crear empresa. También muestra una relación entre los estudiantes de 22-25 años con la intención de crear empresa y a los estudiantes mayores de 25-30 con la creación de empresa.

El nivel de significancia es $0.03 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula de independencia y se acepta la dependencia entre variables.

Figura 11. Gráfica de correspondencia años de egresado vs edad



Fuente: SPSS Statistics

- **Educación Formal**

De la tabla 8 se observa que los estudiantes de la facultad de Salud son los menos propensos a crear empresa, dado que en su mayoría con un 64.4% no tienen la intención de crear empresa y tan solo un 3.4% han creado empresa. Los estudiantes de la facultad de ingenierías Fisicomecánicas en cambio tienen la menor proporción de estudiantes que no tienen intención de crear empresa dejando a la mayoría con la intención de crear empresa.

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

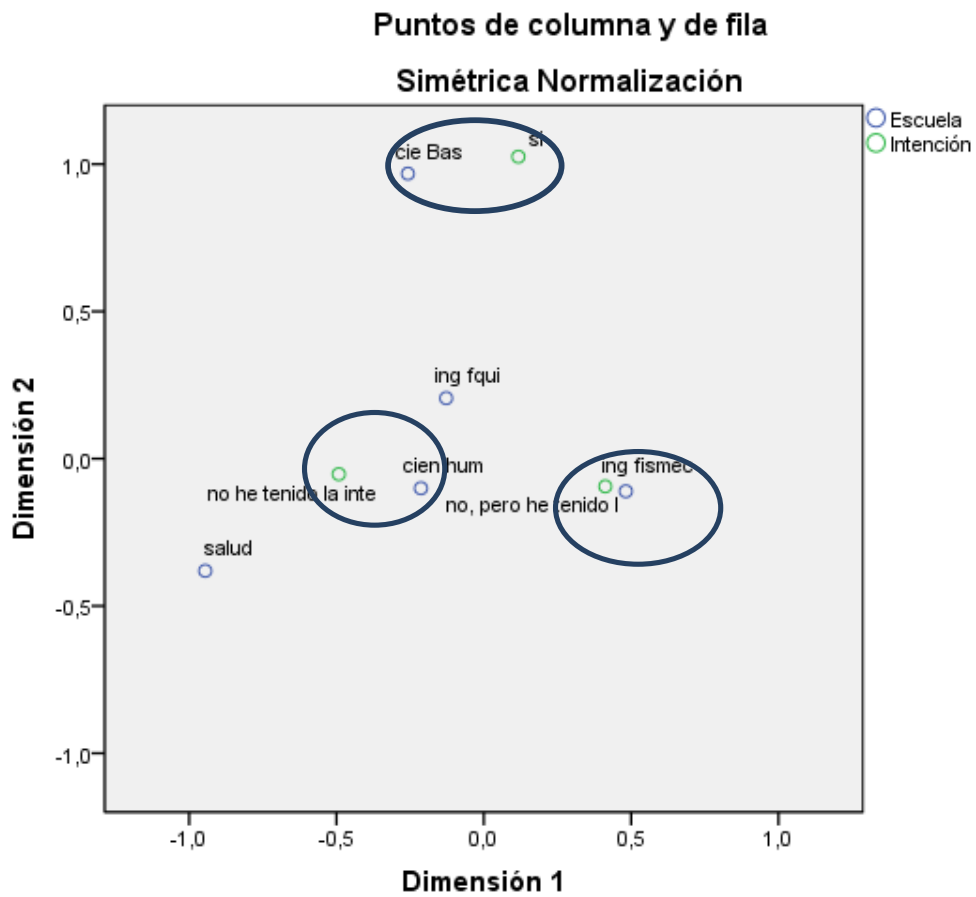
		Facultad					Total
		Salud	Ingenierías Fisicomecánicas	Ciencias Humanas	Ingenierías Fisicoquímicas	Ciencias Básicas	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	64,4%	33,3%	48,1%	45,6%	46,7%	43,4%
	No pero he tenido la intención	32,2%	60,3%	45,9%	46,3%	40,0%	49,8%
	Si	3,4%	6,4%	5,9%	8,1%	13,3%	6,8%
Total		9,5%	37,9%	21,8%	25,9%	4,9%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una *V de Cramer* de 0.145, se encuentra que la intensidad de asociación entre intención emprendedora y facultad es baja.

Del análisis de correspondencias se obtuvo un nivel de significancia de 0.01, por lo tanto se rechaza la hipótesis de independencia y se infiere que existe una relación de dependencia entre las variables.

Figura 12. Gráfica normalización simétrica facultad vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

Como se puede observar en la figura 12, es posible corroborar lo observado en la tabla de contingencias, dado que se observa una relación entre la creación de empresa y la facultad de ciencias, la intención de crear empresa y la facultad de Fisicomecánicas y la no intención con la Facultad de Ciencias Humanas.

Factores del entorno que influyen en el perfil del emprendedor

- **Familia**

Existen estudios que destacan la influencia que generan los antecedentes familiares en la intención de emprender del individuo⁷⁰. Investigadores como Pruet *et al.* (2009) expresan que cuando un miembro de la familia realiza actividades empresariales, se convierte en un referente para sus consanguíneos al aumentar sus ambiciones de crear empresa.

En lo observado en la tabla 9, se evidencia que el grupo de estudiantes que tiene familiares emprendedores, tiene mayor porcentaje de personas que han creado empresa con un 9% en comparación a un 1.6% de los que no tienen familiares emprendedores, también han tenido una mayor intención de crear empresa con el 51.7% en comparación a los que no tienen familiares que hayan creado empresa con un 45.4%.

Tabla 8. 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	Si	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	53,0%	39,3%	43,4%
	No pero he tenido la intención	45,4%	51,7%	49,8%
	Si	1,6%	9,0%	6,8%
Total		29,9%	70,1%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

⁷⁰ESPÍRITU OLMOS, Roberto y SASTRE CASTILLO, Miguel. Factores Explicativos sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España [online]. Disponible en internet: bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/.../25.pdf

Estadísticamente se observa un *V de Cramer* de 0.166, el cual es menor a 0.2 y por lo tanto hay intensidad de asociación baja entre las variables.

- **Formación emprendedora**

Se observa en la Tabla 10 que los estudiantes que han recibido formación emprendedora han creado más empresas con un 7.8 % y el 55.3% tienen intención de crear.

Con la *V de Cramer* de 0.193 siendo menor a 0.2 se tiene una intensidad de asociación baja entre las variables de nivel académico 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

		¿Ha recibido formación emprendedora?		Total
		No	Si	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	57,4%	36,9%	43,4%
	No pero he tenido la intención	37,9%	55,3%	49,8%
	Si	4,6%	7,8%	6,8%
Total		31,6%	68,4%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Factores de personalidad que influyen en el perfil del emprendedor

- **Locus de Control Interno**

En la literatura se han encontrado resultados mixtos en cuanto al locus de control y la creación de empresa. Estudios como el de Chell (2008) no encontraron relación mientras que otros como los reportados en el metanálisis de veinte estudios de Rauch and Frese (2005) encontraron una correlación positiva entre locus de control y el éxito del negocio.

Se observa en la tabla 11, que en esta investigación los resultados fueron mixtos ya que para los estudiantes de mayor nivel de locus interno, no necesariamente tienen mayor intención de creación o han creado más empresas. El 100% de los estudiantes de locus alto no tuvieron intención de crear empresa, los estudiantes con locus bajo tienen mayor proporción (53.1%) de no tener intención de crear empresa que los estudiantes con locus medio bajo (39.8%), pero estos a su vez tienen menor proporción que los estudiantes con locus medio alto (46.1%).

Tabla 10. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Locus de control

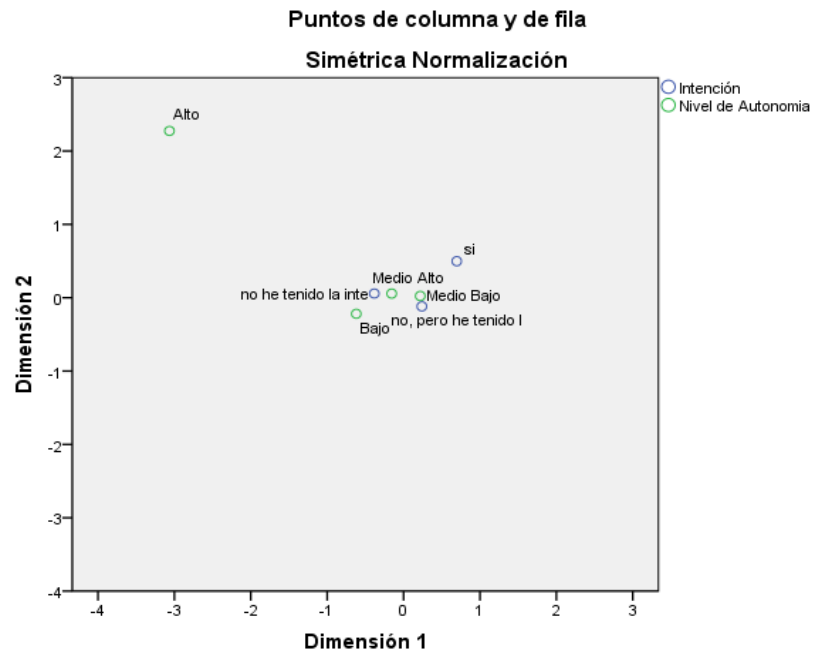
		Nivel de Locus				Total
		Bajo	Medio Bajo	Medio Alto	Alto	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?	No, no he tenido la intención	53,1%	39,8%	46,1%	100,0%	43,4%
	No pero he tenido la intención	43,8%	52,3%	47,7%	0,0%	49,8%
	Si	3,1%	7,9%	6,3%	0,0%	6,8%
Total		15,5%	63,4%	20,7%	0,3%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con un valor de 0.09 en el coeficiente de *Cramer*, se concluye que es baja la intensidad de asociación entre el locus de control y la intención emprendedora.

De la figura 13 visualmente no se pueden hacer conclusiones de relación de variables en la gráfica de normalización.

Figura 13. Gráfica normalización simétrica locus de control vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

El nivel de significancia según el análisis de correspondencia es de 0.121, al ser mayor a 0.05 se puede inferir que la relación entre el locus de control y la intención emprendedora no es significativa.

- **Carácter innovador**

Los emprendedores usualmente toman decisiones con información insuficiente e invierten una cantidad de tiempo y esfuerzo en aventurarse sin ninguna certeza de lo que vaya a ocurrir (Cromie (2000)). Por esta razón el emprendedor debe ser tolerante a lo ambiguo (McMullen (2006)).

En la tabla 12, se observa que a mayor nivel de innovación, menor es la proporción de estudiantes que no han creado empresa y que tampoco tienen la intención de hacerlo. También al aumentar el nivel de innovación, aumentan la

proporción de estudiantes con intención de crear empresa y de estudiantes que han creado empresa.

En el análisis de contingencia se obtuvo una *V de Cramer* de 0.172, de lo cual se puede concluir que es baja la intensidad de asociación entre el carácter innovador y la intención emprendedora.

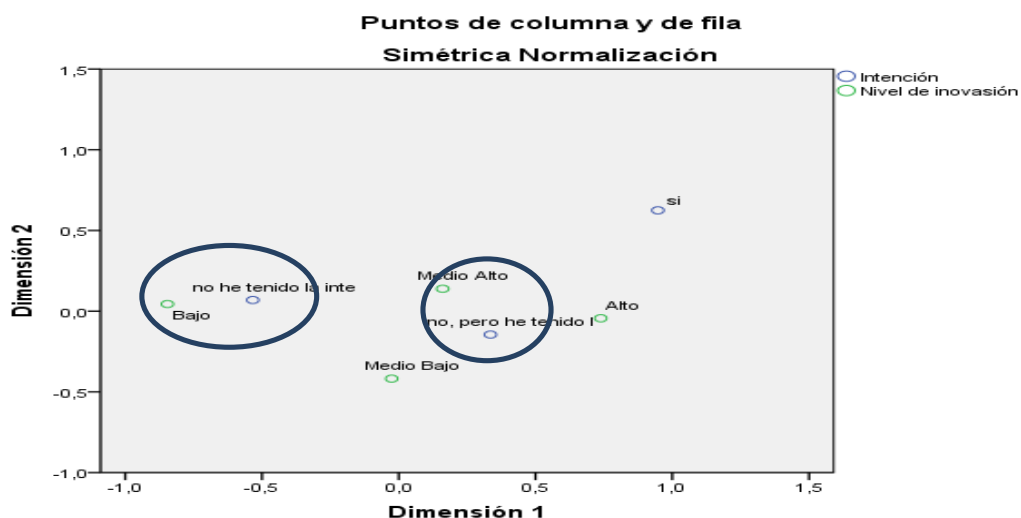
Tabla 11. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Carácter innovador

		Nivel de innovación				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	63,1%	42,7%	40,1%	26,1%	43,4%
	No pero he tenido la intención	35,4%	52,4%	51,5%	62,5%	49,8%
	Si	1,5%	4,9%	8,4%	11,4%	6,8%
Total		21,0%	16,7%	48,1%	14,2%	100,0%

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. También se pueden asociar visualmente en la figura 14, el nivel innovador medio alto con la intención de creación y el nivel bajo de innovación con la no intención de crear empresa.

Figura 14. Gráfica normalización simétrica carácter innovador vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

- **Aversión de riesgo**

Tal como ya se había mencionado en el capítulo 2.5 otra característica que influye en el perfil del emprendedor es la propensión al riesgo y tal como lo reportan Stewart and Roth (2001), los emprendedores deben tener una propensión al riesgo más alta que a los demás individuos.

Para este estudio se tomó una escala de evasión al riesgo, la cual es directamente inversa a la toma de riesgo.

En la tabla 13 se evidencia que el grupo con los menores niveles de aversión al riesgo tiene mayor proporción de estudiantes que han creado empresa o que tienen intención de hacerlo, con respecto al grupo de estudiantes que presentan los niveles altos de aversión al riesgo.

Se analiza el valor del coeficiente de *Cramer* de 0.088, siendo menor a 0.2, por tanto el nivel de intensidad de asociación es bajo entre las variables toma de riesgo e intención emprendedora.

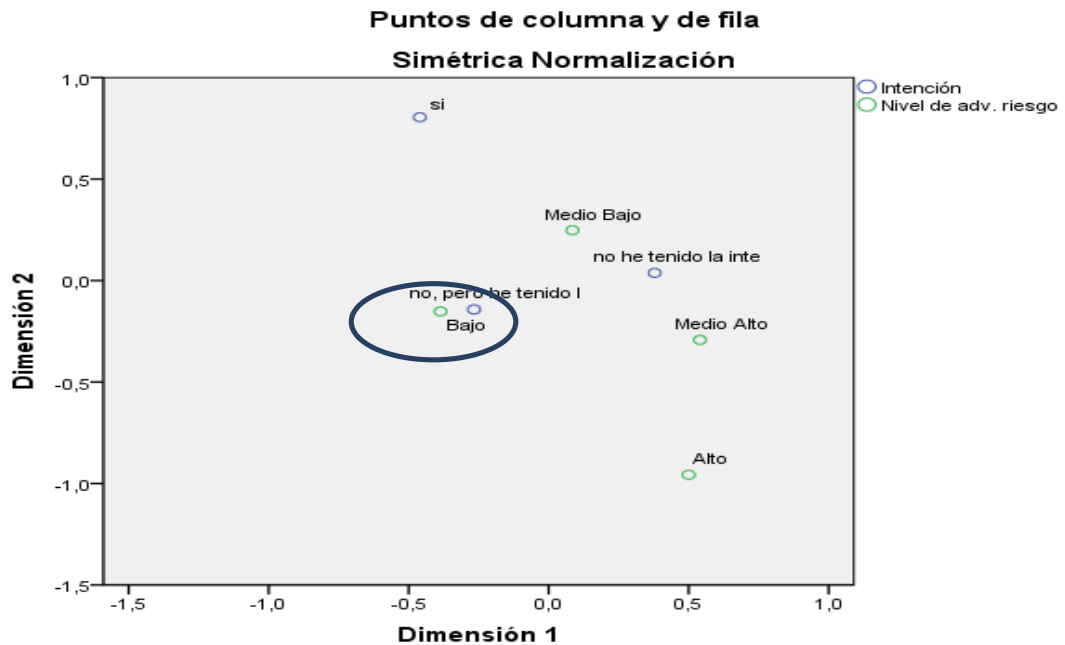
Tabla 12. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(s) socio(s)? vs Aversión al riesgo

		Nivel de aversión al riesgo				Total
		Bajo	Medio Bajo	Medio Alto	Alto	
¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(s) socio(s)?	No, no he tenido la intención	36,8%	45,2%	51,8%	50,0%	43,4%
	No pero he tenido la intención	56,1%	47,0%	44,7%	50,0%	49,8%
	Si	7,2%	7,9%	3,5%	0,0%	6,8%
Total		36,1%	45,1%	18,4%	0,3%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

En la figura 15, se puede observar una relación entre el nivel bajo de aversión al riesgo y la intención de crear empresa en la gráfica de normalización simétrica del análisis de correspondencia.

Figura 15. Gráfica normalización simétrica aversión al riesgo vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

Dado que el nivel de significancia de 0.142 es mayor a 0.05 no se rechaza la hipótesis nula de independencia y se indica que no hay relación significativa entre las variables analizadas.

- **Autoeficacia**

Según el estudio de Chen, Greene & Crick (1998) se encontraron que los estudiantes con intención emprendedora obtuvieron niveles más altos de autoeficacia que los estudiantes que no tenían intención emprendedora.

Se observa en la tabla 14 que cuando se aumenta el nivel de autoeficacia, se reduce la proporción de estudiantes que no tienen intención de crear empresa y se aumenta la proporción de estudiantes que han creado empresa y tienen la intención de crear empresa.

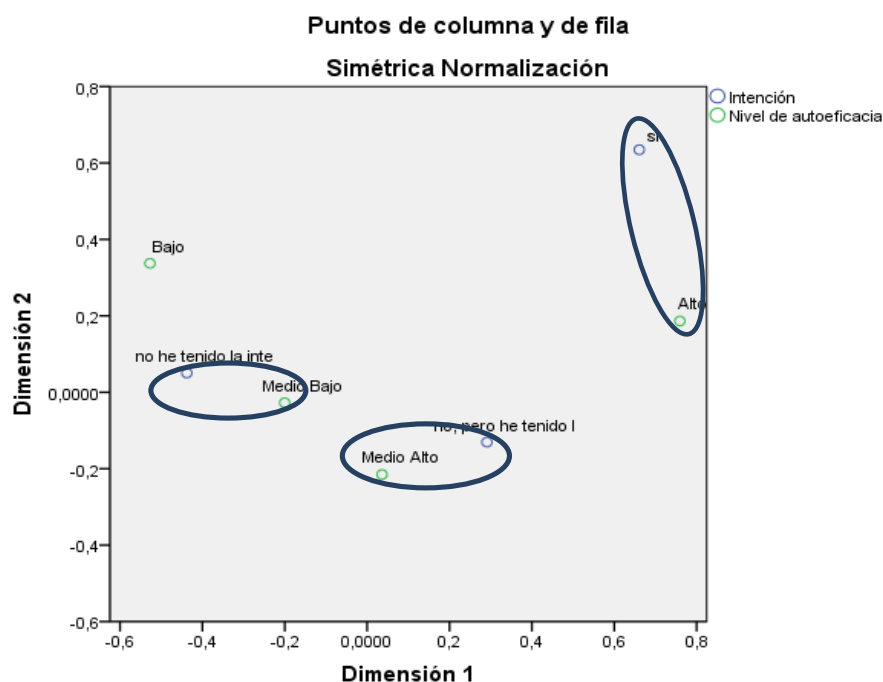
Tabla 13. Tabla de contingencia ¿Ha creado alguna vez una empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)? vs Autoeficacia

		Nivel de 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	54,1%	47,1%	42,2%	29,4%	43,4%
	No pero he tenido la intención	40,0%	47,1%	51,8%	59,6%	49,8%
	Si	5,9%	5,8%	6,0%	11,0%	6,8%
Total		13,8%	36,4%	32,2%	17,6%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con un coeficiente de *Cramer* igual a 0.113, se puede decir que la intensidad de asociación entre la autoeficacia y la intención emprendedora es baja.

Figura 16. Gráfica normalización simétrica autoeficacia vs intención emprendedora



Fuente: SPSS Statistics

Del análisis de correspondencia se obtiene un nivel de significancia de 0.016 menor a 0.05, con lo que se rechaza la hipótesis de independencia y se infiere que la relación entre las variables es dependiente.

Observando la figura 16, se puede evidenciar una relación entre la autoeficacia alta con la creación de empresa, la autoeficacia medio alta con la intención de creación de empresa y la autoeficacia medio baja con la no intención de crear de empresa.

Empresas de Base Tecnológica

En la siguiente sección se analizan solo los perfiles de los estudiantes que crearon empresas con un interés especial en las empresas de Base Tecnológica. Estas empresas se caracterizan por su alto grado de conocimientos técnicos e inversiones en investigación y desarrollo, Júnior (2012).

- **Género**

En la tabla 15 se puede observar que los hombres tienden a crear más empresas de base tecnológicas que las mujeres.

Tabla 14. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Género

		Género		Total
		MASCU	FEMEN	
Ha creado una empresa de base tecnológica	No	80,0%	88,2%	83,3%
	Si	20,0%	11,8%	16,7%
Total		59,5%	40,5%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una V de *Cramer* de 0.108, se evidencia una intensidad de asociación baja entre las variables.

- **Edad**

De acuerdo a lo observado en la tabla 16, los estudiantes que han creado empresa de base tecnológica tienen una mayor proporción en los estudiantes mayores de 25 pero menores de 27, al aumentar esa edad la proporción disminuye.

Tabla 15. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Edad

		Edad				Total
		18-21 años	22-24 años	25-27 años	28-30 años	
Ha creado una empresa de base tecnológica	No	84,2%	85,7%	75,0%	100,0%	83,3%
	Si	15,8%	14,3%	25,0%	0,0%	16,7%
Total		45,2%	33,3%	19,0%	2,4%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una *V de Cramer* de 0.881, se evidencia una intensidad de asociación alta entre las variables.

- **Familia**

En resultados de la encuesta se evidencia que los estudiantes que han creado empresa de base tecnológica por lo general no tienen familiares que hayan creado empresa 66.7%, de tal manera que se podría inferir que los estudiantes que no tienen familia emprendedora que crean empresa tienen mayor probabilidad de hacer una de base tecnológica.

Tabla 16. 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	Si	
¿Ha creado empresa de base tecnológica?	No	33,3%	87,2%	83,3%
	Si	66,7%	12,8%	16,7%
Total		7,1%	92,9%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una *V de Cramer* de 0.372, se evidencia una intensidad de asociación alta entre las variables.

- **Formación emprendedora**

Según lo observado en la tabla 18, los estudiantes que recibieron formación emprendedora tienden a crear más empresas de base tecnológica.

Tabla 17. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs ¿Ha recibido formación emprendedora?

		¿Ha recibido formación emprendedora?		Total
		No	Si	
Ha creado una empresa de base tecnológica	No	100,0%	78,8%	83,3%
	Si	0,0%	21,2%	16,7%
Total		21,4%	78,6%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una *V de Cramer* de 0.234, se evidencia una intensidad de asociación media entre las variables.

- **Locus de control**

De la tabla de contingencia se puede observar que los estudiantes que han creado empresa de base tecnológica son de mayor proporción cuando tienen un locus de control bajo o medio alto que cuando tienen un locus de control medio bajo.

Tabla 18. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs locus de control

		Nivel de Locus			Total
		Bajo	Medio Bajo	Medio Alto	
Ha creado una empresa de base tecnológica	No	66,7%	90,3%	62,5%	83,3%
	Si	33,3%	9,7%	37,5%	16,7%
Total		7,1%	73,8%	19,0%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una *V de Cramer* de 0.316, se evidencia una intensidad de asociación alta entre las variables.

- **Carácter innovador**

Según lo observado en la tabla 20, los estudiantes emprendedores que han creado empresas de base tecnológica tienen mayor proporción en los niveles medios de innovación.

Tabla 19. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Carácter innovador

		Nivel de innovación				Total
		Bajo	Medio Bajo	Medio Alto	Alto	
Ha creado una empresa de base tecnológica	No	100,0%	80,0%	76,0%	100,0%	83,3%
	Si	0,0%	20,0%	24,0%	0,0%	16,7%
Total		4,8%	11,9%	59,5%	23,8%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una *V de Cramer* de 0.285, se evidencia una intensidad de asociación media entre las variables.

- **Aversión al riesgo**

Los estudiantes emprendedores que han creado empresa de base tecnológica tienen una mayor proporción en los niveles bajos de aversión al riesgo, que en los niveles más altos.

Tabla 20. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Nivel de locus de control

		Nivel de aversión al riesgo			Total
		Bajo	Medio Bajo	Medio Alto	
Ha creado una empresa de base tecnológica	No	87,5%	77,3%	100,0%	83,3%
	Si	12,5%	22,7%	0,0%	16,7%
Total		38,1%	52,4%	9,5%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una *V de Cramer* de 0.194, se evidencia una intensidad de asociación baja entre las variables.

- **Autoeficacia**

En la tabla 22 se puede observar que los estudiantes que han creado empresas de base tecnológica tienen menor proporción en los niveles medios de autoeficacia.

Tabla 21. Tabla de contingencia ¿Ha creado empresa de base tecnológica? vs Autoeficacia.

		Nivel de autoeficacia				Total
		Bajo	Medio Bajo	Medio Alto	Alto	
Ha creado una empresa de base tecnológica	No	60,0%	92,3%	100,0%	66,7%	83,3%
	Si	40,0%	7,7%	0,0%	33,3%	16,7%
Total		11,9%	31,0%	28,6%	28,6%	100,0%

Fuente: SPSS Statistics

Con una *V de Cramer* de 0.423, se evidencia una intensidad de asociación alta entre las variables.

6.5.3 Modelo Relogit

Modelo creación de empresa

Para este modelo se tomó como variable dependiente “Y” la respuesta a la pregunta ¿Ha creado alguna vez empresa de manera individual o con algún(os) socio(s)?, y se tomó como valor si, la respuesta “si”, y no las respuestas “no, no ha tenido la intención” o “no, pero ha tenido la intención”. Debido a la baja proporción de estudiantes que respondieron “si” del 7% se determinó que el

mejor modelo econométrico sería un *Relogit*, el cual es similar a un *Logit*, pero corregido para bajas proporciones y ocurrencias bajas.

El modelo *Relogit* para la creación de empresa está definido así:

$$\text{Prob}(\text{creación de empresa})=F(\text{factores del entorno, factores personales})$$

La tabla 23 captura el modelo *Relogit* resultante de las pruebas realizadas en el software estadístico *STATA*. Durante las pruebas, se comenzó por utilizar como variable independientes la edad, el género, facultad, la formación emprendedora, la familia emprendedora, el nivel de locus, autoeficacia, aversión al riesgo y carácter innovador. Las variables que no tuvieron significancia, cuyo $P > |z|$ tenía valores inferiores al 10% rechazando la hipótesis de $Y=0$, fueron eliminadas y el modelo resultante es el que se muestra en la tabla 23.

Tabla 22. Modelo Relogit para la creación de empresa

Variable independiente	VALOR 1	COEF.	$P > z $
Edad	[18 , 21]	-1.384.547	0.002
Nivel de innovación	Medio alto y alto	1.007.102	0.018
Familia emprendedora	Si	1.509.277	0.013
Edad	[21 , 25]	-.9671415	0.044

Fuente: STATA

Para nuestro análisis el β es el signo que acompaña al coeficiente, el cual nos dice el efecto que tiene la variable independiente sobre la variable dependiente para nuestro estudio.

Del modelo se puede concluir que:

- El tener un familiar que haya formado empresa, aumenta la probabilidad de

que el estudiante también cree empresa.

- Tener un carácter innovador alto o medio alto tienen mayor probabilidad de crear empresa de base tecnológica que los estudiantes con niveles bajos de carácter innovador.
- Ser un estudiante de entre 18 y 25 años, frente a los otros grupos etéreos, afecta negativamente la probabilidad de crear empresa.

Modelo Empresa de Base Tecnológica

Para el modelo de intención emprendedora se decide optar por el modelo *Relogit* debido a la escasez de datos ya que solo 42 encuestados crearon empresa y de ellos el 17% crearon empresa de base tecnológica.

Para este modelo se tomó como variable dependiente “Y” a la pregunta ¿Ha creado empresa de base tecnológica?

Tabla 23. Modelo Relogit para la intención emprendedora

Variable independiente	Valor 1	Coef.	P> z
Familia	Si	-1.384.547	0.049
Nivel locus	Medio alto y alto	1.007.102	0.077
Facultad	Salud	1.509.277	0.100

Fuente: STATA

Del modelo se puede concluir que:

- Los estudiantes emprendedores que tienen familia son menos propensos a crear empresas de base tecnológica que los estudiantes que no tienen familiares emprendedores.
- Los estudiantes con un locus de control alto o medio alto tienen mayor probabilidad de crear empresa de base tecnológica que los estudiantes con niveles bajos de locus.

- Los estudiantes pertenecientes a la facultad de salud, tienen una probabilidad de crear empresa de base tecnológica más alta que los estudiantes de las otras facultades.

7. DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

Se especifica un cuadro comparativo entre el perfil de los estudiantes que crearon empresa y los que no en la tabla 25 para resumir los hallazgos.

Tabla 24. Cuadro comparativo de características

Estudiantes que crearon empresa	Estudiantes que no crearon empresa
Cuenta con familiares que han creado empresa	No cuenta con familiares que hayan creado empresa
Posee un nivel de innovación medio alto y alto	Posee un nivel de innovación medio bajo y bajo
Posee una edad superior a los 25 años	Posee una edad inferior a los 25 años

7.1 PERFIL EMPRENDEDOR DEL ESTUDIANTE UIS

A partir del análisis de tablas de contingencia, análisis de correspondencias y el modelo econométrico se llegó a un consenso respecto a las características que hacen parte del perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Industrial de Santander. El perfil emprendedor del estudiante UIS contempla los siguientes aspectos:

- Cuenta con familiares que han creado empresa
- Tiene un nivel de innovación medio alto y alto
- Posee una edad superior a los 25 años

En cuanto a las variables de género, intención emprendedora y aversión al riesgo, no se encontró evidencia de que incidan en la creación de empresa por parte del estudiante UIS

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

A partir del análisis de tablas de contingencia, análisis de correspondencias y el modelo econométrico se llegó a un consenso respecto a las características que hacen parte del perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Industrial de Santander que ha creado Empresas de Base Tecnológica, dicho perfil contempla los siguientes aspectos:

- No tienen familiares que hayan creado empresa
- Cuentan con un nivel de Locus de Control Interno medio alto y alto

No se encontró evidencia de que los factores género y aversión al riesgo influyan en la decisión de crear Empresa de Base Tecnológica por parte del estudiante UIS.

8. CONCLUSIONES

- La edad del estudiante de pregrado presencial de la UIS está relacionada con la intención de crear empresa, los estudiantes con edades entre 18-25 tenían una menor probabilidad de crear empresa que los estudiantes mayores de 25 años.
- Factores relevantes del perfil emprendedor que se reportan en la literatura tales como la toma de riesgo, género y la formación emprendedora no representaron incidencia significativa sobre la intención emprendedora del estudiante de la universidad industrial de Santander.
- Los estudiantes que no cuentan con familiares que hayan creado empresa tienen mayor probabilidad de crear una empresa de base tecnológica, esto puede deberse a que los estudiantes que cuentan con familiares que ya han establecido empresa pueden inclinarse por modelos de negocio similares a los que han observado en su entorno familiar, que por lo general no entran en esta clasificación.
- Los estudiantes que cuentan con familiares que han creado empresas presentan una mayor probabilidad de crear empresas que los estudiantes que no tienen familiares que hayan creado empresa.
- Los estudiantes con niveles altos de Locus de Control (alto y medio alto) tienen una probabilidad mayor de crear Empresas de Base de Tecnológica que frente a estudiantes con niveles bajos de Locus de Control (bajo y medio bajo).
- El carácter innovador presenta una relación directa con la creación de empresas, se espera que un estudiante con niveles altos (alto y medio

alto) de carácter innovador tenga mayor probabilidad de crear empresa que un estudiante que presente niveles bajos de esta característica.

- La creación de empresas por parte de estudiante de pregrado presencial es un evento de baja ocurrencia dado que solo el 7% de los estudiantes encuestados han formado empresas, por otra parte el 50% de los estudiantes han tenido la intención de crear empresas pero factores como recursos, tiempo, conocimiento, socios y asesoría han impedido que estas intenciones se materialicen.
- Los centros de emprendimiento universitario en Colombia han hecho importantes esfuerzos por generar y fortalecer la cultura del emprendimiento al interior de sus comunidades, implementando programas de apoyo integral a los proyectos de emprendimiento gestados por estudiantes, profesores, administrativos y egresados, de tal manera que contribuyan con el desarrollo de la sociedad a partir de la generación de nuevos empleos y mejores condiciones de calidad de vida para su entorno.

9. RECOMENDACIONES

- En vista de que un bajo porcentaje de los estudiantes encuestados reconoció a la universidad como ente promotor del emprendimiento, se recomienda a la Unidad de Emprendimiento continuar fortaleciendo su programa de apoyo integral al emprendedor y establecer estrategias para dar a conocer aún más su función ante la comunidad universitaria.
- Se recomienda a la Unidad de Emprendimiento de la UIS realizar un trabajo diferenciado con la población de estudiantes mayores a 25 años de edad con el fin de explotar el potencial que tiene este segmento de estudiantes de crear empresa, dados los resultados de la presente investigación que indican que los estudiantes que crean empresa cuentan con una edad superior a los 25 años.
- Se recomienda fortalecer el apoyo que se da al emprendedor a través del programa de emprendimiento UIS mediante estrategias que vinculen diferentes actores del entorno emprendedor e intercambiar experiencias con otros centros de emprendimiento que poseen más tiempo de experiencia.
- Se recomienda para investigaciones futuras realizar una revisión de literatura enfocada en características del perfil emprendedor en contextos similares a los que se va a realizar el estudio, dado que existen diferentes clasificaciones de acuerdo al ecosistema emprendedor.
- Para futuras investigaciones del perfil emprendedor del estudiante UIS se recomienda tener en cuenta el factor socioeconómico ya que la mayoría de los estudiantes encuestados que no crearon empresa pero que si

tenían la intención manifestaron que el motivo principal por el cual no habían creado una organización era la falta de recursos.

BIBLIOGRAFÍA

ALDRICH Y LANGTON. Gestión de recursos humanos y de los ciclos de vida de la organización. *Frontiers of Entrepreneurship Investigación* 1997, Babson College, Centro de Estudios Empresariales, Babson Park, MA (1998), p 349-357

ALDRICH, Howard y CLIFF, Jennifer E. The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective [online]. En *Journal of Business Venturing* 18, 2003, p 573-596. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902603000119>

ANDRADE JUNIOR, Pedro. Modelo de avaliação e superação das dificuldades de empresas de base tecnológica em incubadoras [online]. Brazil: 2013. Disponible en internet: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132013005000085&lng=pt&nrm=iso&tlng=en

ANTONIO, Tony, LANAWATI, Sri, WIRIANA, T.a, CHRISTINA, Lucya. Correlations Creativity, Intelligence, Personality, and Entrepreneurship Achievement [online]. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. (2013), p 251-257. en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019818>

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>

BRANCU, Laura, MUNTEANU, Valentin, GLIGOR, Delia. Entrepreneurial Study on Student's Motivations for Entrepreneurship in Romania [online]. *Procedia - Social*

and Behavioral Sciences (2012), p.223-231. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812034775>

BRANDAM y SANDRO, Abordaje interdisciplinario de los conflictos en las relaciones familiares en la empresa. En Favier Dubois, ed. La empresa familiar; encuadre general, marco legal e instrumentación. Buenos Aires: 2010, p. 37-50

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.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014 (26, enero, 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento [online]. Disponible en Internet: www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331

CRISSIEN CASTILLO, Jhon. Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. En Revista EAN No 66: Mayo-Agosto de 2009, p. 67-84.

CROMIE, S., 2000. Assessing entrepreneurial intentions: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology* 9 (1), p. 7–30.

DE VITAA, Luisa, MARIB, Michela. Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature [online]. *European Management Journal*, vol. 32, no. 3 (2014), p. 451–460. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263237313001047>

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>

DVIR, Dov, SADEH, Arik, MALACH-PINES, Ayala. The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study [online]. The Journal of High Technology Management Research (2010), p. 43-21. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1047831010000076>

ESPÍRITU OLMOS, Roberto y SASTRE CASTILLO, Miguel. Factores Explicativos sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España [online]. Disponible en internet: bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/.../25.pdf

FIGUERAS, Salvador (2003): "Análisis de Correspondencias", [en línea] 5campus.com, Estadística <<http://www.5campus.com/leccion/correspondencias>>

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>

GARY KING and LANGCHE ZENG. 1999a. "Logistic Regression in Rare Events Data," Department of Government, Harvard University, available from <http://GKing.Harvard.Edu>

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>

HERNANDEZ, Roberto, *et al.* Metodología de la investigación. México, DF, México: McGraw-Hill Interamericana Editores, 2010, 8 p.

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>

ISMAIL, Verni. The Comparison of Entrepreneurial Competency in Woman Micro-, Small-, and Medium-scale Entrepreneurs [online]. Procedia - Social and Behavioral Sciences (2014), p. 175-187. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019740>

JACKSON, D., 2007. Jackson Personality Inventory—Revised. Research Psychologists Press, Goshen, NY

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

KRAUSS, Catherine. Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay [online]. En Revista de la FCE, ed. 6. ISSN 1510-9453. Disponible en internet: [http://www.ucu.edu.uy/Facultades/CienciasEmpresariales/RevistaFCE/Revista6/articulos/ciela05_enviado_set_\(Krauss\).pdf](http://www.ucu.edu.uy/Facultades/CienciasEmpresariales/RevistaFCE/Revista6/articulos/ciela05_enviado_set_(Krauss).pdf)

KVANLI, Alan H.; PAVUR, Robert J.; KEELING, Kellie B. (2006). Concise Managerial Statistics. cEngage Learning. (pp. 81–82).

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>

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>

MATHIEU, Cynthia, ST-JEAN, Étienne. Entrepreneurial personality: The role of narcissism [online]. *Personality and Individual Differences* (2013), p. 527-531. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019740>

MCMULLEN, J.S. y SHEPHERD, D.A., 2006. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review* 31(1), 132–152.

MORALES, Angélica Maria. Evaluación de resultados de la Modalidad de Trabajo de Grado Práctica en Creación de empresas en los programas de pregrado de la Universidad Industrial de Santander [online]. Trabajo de grado Ingeniero Industrial. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, 2012, p. 48-54. Disponible en internet: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2012/146576.pdf>

PÁEZ, Diana y GARCÍA, Johana. Características del Universitario Emprendedor en la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. En: Revista EAN. Julio-Diciembre, 2011, p. 22-39

PEREIRA, Fernando *et al.* 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]. 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>

ROSENBLATT, Paul *et al.* La familia en la empresa: Comprender y resolver los problemas que enfrentan las familias empresarias. En El Ateneo, ed. 1. Buenos Aires: 1995. ISBN 950-02-3628-1

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>

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

SAY, Jean Baptiste (2001). A treatise on Political Economy [online]. Disponible en internet: <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/say/treatise.pdf>

SHARON, Lohr. Muestreo: Diseño y análisis. International Thompson Editores, S.A. de C.V, México. 2000. ISBN 970-686-017-7, p. 143-144

SCHWARZER, R., & JERUSALEM, M. (1995). Generalized Self-Efficacy scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston, Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs (pp. 35-37). Windsor, England: NFER-NELSON

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. Unidad Emprendimiento Empresarial [online]. <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/Programas/gestionTecnologica/B.emprendimientoEmpresarial/A.presentacion> [citado en 10 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD DE LA SABANA. Centro de Emprendimiento e Innovación Sabana (CEIS) [online]. [http://www.unisabana.edu.co/carreras/administracion-de-empresas/centro-de-emprendimiento-e-innovacion-sabana-ceis//](http://www.unisabana.edu.co/carreras/administracion-de-empresas/centro-de-emprendimiento-e-innovacion-sabana-ceis/) [citado en 10 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD DE MANIZALES. Unidad de Emprendimiento y Empresarismo [online]. <http://www.umanizales.edu.co/u/launiversidad/emprendimiento/index.html> [citado en 10 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD DEL NORTE. Misión Centro de Emprendimiento [online]. <http://www.uninorte.edu.co/web/centro-de-emprendimiento/> [citado en 10 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Nuestros servicios [online].
<http://www.urosario.edu.co/Centro-de-Emprendimiento/ur/Nuestros-Servicios/>
[citado en 10 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD EAN. Modelo EANTEC [online].
http://www.ean.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=757&Itemid=277276 [citado en 9 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD EAN. Programa Emprendedor – Nosotros [online].
http://www.ean.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=752&Itemid=276 [citado en 9 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD ICESI. Quiénes Somos [online].
http://www.icesi.edu.co/cdee/quienes_somos/quienes_somos.php [citado en 10 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Programa de Emprendimiento [online].
<https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/convocatoriasProgramasApoyo/programasApoyoConvocatoriasInternas/emprendimientoVIE.html> [citado en 10 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. La UEI [online].
<http://www.emprendimiento.unal.edu.co/inicio/uei> [citado en 9 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Nuestros servicios [online]. <http://www.emprendimiento.unal.edu.co/servicios/talleruei> [citado en 9 de Octubre 2014]

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS. Programa de emprendimiento [online]. <http://proyeccionsocial.usta.edu.co/index.php/emprendimiento/programa-de-emprendimiento> [citado en 9 de Octubre 2014]

XUE, Jingxin. The Construction of Higher Education Entrepreneur Services Network System a Research Based on Ecological Systems Theory [online]. *Physics Procedia* (2012), p. 1757-1760. Disponible en Internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1875389212007237>

ANEXO A.

CUESTIONARIO PRELIMINAR

ENCUESTA PARA LA IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

Su opinión es de gran importancia para la realización de un diagnóstico acertado del perfil emprendedor del estudiante 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 estudiantes 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 Estudiante 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. Edad: Por favor selecciónela del siguiente listado.

- 18 a 21 años
- 22 a 24 años
- 25 a 27 años
- 28 a 30 años
- 31 a 33 años
- 34 a 36 años
- Mayor a 36 años

III. Programa Académico de Pregrado que cursa:

IV. Nivel académico que cursa actualmente: Por favor selecciónelo del siguiente listado.

- Primer nivel
- Segundo nivel
- Tercer nivel
- Cuarto nivel
- Quinto nivel
- Sexto nivel
- Séptimo nivel
- Octavo nivel
- Noveno nivel
- Decimo nivel

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. Procuro 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 resbaladero

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___

Por favor seleccione la respuesta indicada según 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

I. ¿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, bisabuelos y/o sobrinos)
- Cuarto grado (primos)
- No tengo familiares que hayan creado empresa

II. ¿Qué tipos de formación emprendedora ha recibido?

- 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 de su plan de estudios
- No ha recibido formación emprendedora

III. ¿Tiene conocimiento de algún mecanismo de apoyo a la creación de empresas?

- No.
- Si. ¿Cual? _____

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

- No y no he tenido la intención
- No pero he tenido la intención.
- Sí.

Si su respuesta es no pero he tenido la intención responda la siguiente pregunta:

IV.a ¿Por qué razón no ha creado empresa?

Si su respuesta es no y no he tenido la intención responda la siguiente pregunta:

IV.b ¿Consideraría crear una empresa en un futuro?

No

Si

Si su respuesta no fue afirmativa en la pregunta IV, 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:

Si su respuesta es afirmativa, por favor seguir diligenciando la encuesta.

Empresas creadas

Si ha creado una empresa, responda las siguientes preguntas.

I. ¿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, por favor seleccione la de mayor éxito para responder las siguientes preguntas:

II. Nombre de la empresa: _____

- III. ¿Seleccione el rango de su edad en el momento de la constitución de la empresa?
- 18 a 21 años
 - 22 a 24 años
 - 25 a 27 años
 - 28 a 30 años
 - 31 a 33 años
 - 34 a 36 años
 - Mayor a 36 años
- IV. Año de creación _____
- V. Municipio y departamento en el cual fue creada _____
- VI. Tamaño de la empresa:
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)
- VII. Clasificación de la empresa según actividad:
- 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, supermercados.*
 - Servicios: *Son las que buscan prestar un servicio para satisfacer las necesidades de la comunidad. Sus productos son considerados intangibles.*
- VIII. Cuál es el principal producto o servicio de su empresa: _____
- IX. ¿Ha creado empresa de base tecnológica?
Entiéndase como empresa de base tecnológica aquellas “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___

X. ¿Contó con apoyo de alguna entidad para la creación de la empresa?
Sí ___ No___ ¿Cuál es el nombre de la entidad? _____

XI. ¿La empresa fue constituida legalmente ante Cámara de Comercio?
Sí ___ No___

XII. ¿Actualmente la empresa funciona?
___ Si
___ No

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

ANEXO B.
VERSIÓN FINAL DEL CUESTIONARIO

**ENCUESTA PARA LA IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL
ESTUDIANTE 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 estudiantes 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 Estudiante 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 estudiante 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.

CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR 1

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 le 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				

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. Procuro 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 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 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 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

V. 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, bisabuelos y/o sobrinos)
- Cuarto grado (primos)
- No tengo familiares que hayan creado empresa

VI. 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 de su plan de estudios
- No ha recibido formación emprendedora

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

- No.
- Sí. ¿Cual?_____

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

- No, no he tenido la intención.
- No pero he tenido la intención.
- Sí.

IVa) Si su respuesta es “No, no he 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:

IVb) Si su respuesta es “No, pero he 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:

IVc) Si su respuesta es Sí, por favor siga diligenciando la encuesta.

Empresas creadas

Si ha creado una empresa, responda las siguientes preguntas.

XIII. ¿Cuántas empresas ha creado?

___ 1 empresa

___ 2 empresas

___ 3 empresas

___ 4 empresas

___ 5 empresas

___ Más de 5

- XIV.** ¿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 primera pregunta fue 2 o más empresas, por favor responda las siguientes preguntas de acuerdo a la empresa que usted considere ha sido más exitosa tomando como prioridad las empresas de base tecnológica.

- XV.** ¿Cuál es el nombre de la empresa?

- XVI.** Seleccione el rango de su edad en el momento de la constitución de la empresa
___ 18 a 21 años
___ 22 a 24 años
___ 25 a 27 años
___ 28 a 30 años
___ 31 a 33 años
___ 34 a 36 años
___ Mayor a 36 años
- XVII.** Año de creación de la empresa _____
- XVIII.** Departamento en el cual fue creada la empresa _____
- XIX.** Seleccione la clasificación de su empresa de acuerdo al tamaño máximo alcanzado:
___ 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)
- XX.** Seleccione la clasificación de su empresa de acuerdo la actividad económica:
___ 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.

XXI. Cuál es el principal producto o servicio de su empresa: _____

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

Sí ¿Cuál es el nombre de la entidad? _____

No

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

Sí No

XXIV. ¿Actualmente la empresa funciona?

Si No

¿Desea suministrar información sobre otra empresa creada?

Sí No

En caso positivo solicitar al encuestador otro formulario.

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

ANEXO C.

DOCUMENTO DE 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 este perfil para el estudiante y egresado UIS, 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, es de especial interés 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*"⁷¹.

Procedimientos a los cuales estarán sometidos los participantes

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta, para la cual se le pedirá disponibilidad de un tiempo no mayor a 10 minutos.

⁷¹ 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.

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.

En constancia de lo anterior, si acepta participar voluntariamente en la presente investigación, por favor seleccione la opción ACEPTO; en caso contrario seleccionar NO ACEPTO.

ANEXO D.
PRUEBA DE KOLMOGOROV-SMIRNOV

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

		Autoeficacia	Riesgo	Locus	Carácter innovador
N		618	618	618	618
Parámetros normales ^{a,b}	Media	30,72	8,2184	9,2977	5,7621
	Desviación típica	3,884	3,70061	2,85955	1,65796
Diferencias más extremas	Absoluta	,075	,086	,098	,180
	Positiva	,075	,086	,098	,089
	Negativa	-,045	-,052	-,055	-,180
Z de Kolmogorov-Smirnov		1,872	2,148	2,439	4,475
Sig. asintót. (bilateral)		,002	,000	,000	,000

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

ANEXO E.
ARTÍCULO CIENTÍFICO

PERFIL EMPRENDEDOR: UN ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO.
ENTREPRENEUR PROFILE: A BIBLIOMETRIC STUDY

Cristian Duvant Ortiz Zabala*
cristianduvant@hotmail.com

Sergio Andrés Pérez Barrios*
serpebarrios@gmail.com

**Estudiante de Ingeniería Industrial – Décimo Semestre// Universidad Industrial
de Santander
Septiembre, 2014- Bucaramanga*

RESUMEN

La investigación en el área del emprendimiento ha incrementado en los últimos años ya que es considerado el motor de los procesos de innovación de los países. Ha crecido el interés por conocer el perfil emprendedor de las personas dado el valor que aportan a las organizaciones a las que pertenecen. El presente artículo analizó la producción científica del tópico “*Entrepreneur Profile*” en la base de datos ISI Web of Science con el fin de identificar algunos patrones que permitan orientar futuras investigaciones sobre perfil emprendedor. Se analizó la producción científica por países, por palabras claves y por autores citados. De acuerdo con los resultados del estudio la producción científica en el área del perfil emprendedor se ha intensificado en los últimos años especialmente desde el año 2011 y es Estados Unidos el país con mayor número de publicaciones en esta línea de investigación.

PALABRAS CLAVES

Perfil Emprendedor, emprendimiento, estudio bibliométrico, creación de empresas

ABSTRACT

Research on entrepreneurship has been increased in recent years as it is considered to be engine of innovation process of countries. There has also been a growing interest on understanding the entrepreneurial profile of people given the value they bring to the organizations to which they belong. This paper analyzed the scientific production on the topic "*Entrepreneur Profile*" in the ISI Web of Science database to identify some patterns that could guide future research on entrepreneurial profile. Scientific production by country, keywords, and authors cited were analyzed. According to the findings of this investigation, scientific production in the area of entrepreneurial profile has intensified in recent years, especially since 2011 and the leading country is the United States with the highest number of publications in this line of research.

KEYWORDS

Entrepreneur profile, entrepreneur, bibliometric study, entrepreneurship

INTRODUCCIÓN

El estudio del emprendimiento ha tomado importancia en el ámbito académico y estatal dado su impacto positivo en el desarrollo económico y social de los países, de tal manera que hoy en día es considerado un motor de los procesos de innovación. El presente artículo pretende analizar la producción científica del tópico “*Entrepreneur Profile*” en la base de datos ISI Web of Science con el fin de identificar algunos patrones que permitan orientar futuras investigaciones sobre perfil emprendedor.

A nivel mundial se han realizado algunos estudios para analizar la producción científica en el campo del emprendimiento; The Field of Entrepreneurship: A Bibliometric Assessment es un artículo que evalúa la producción científica en el campo de la iniciativa empresarial escrito por Schildt y Sillanpää (2004) [1]. Portugal *et al*, (2010) [2] realiza un estudio bibliométrico a la revista del campo del emprendimiento EnANPADs en el periodo comprendido entre 1997-2008

donde analiza la producción científica.

Sin embargo en el campo del perfil emprendedor no existe un estudio de esta naturaleza enfocado en la base de datos ISI Web of Science, por lo tanto se utiliza la bibliometría en este artículo para analizar indicadores de producción científica en esta línea de investigación.

FUNDAMENTO TEÓRICO

La primera persona que se aproximó al concepto del emprendimiento fue Cantillon (1755) [3] en su trabajo denominado “Ensayo de la naturaleza del comercio en general” donde expresa que el emprendedor es un agente que adquiere factores de producción a determinado precio, los transforma y organiza para obtener de allí un nuevo producto, además agrega que el emprendedor a diferencia de otros actores, es propenso al riesgo, es decir no tiene plena certeza de sus acciones, por esto se constituye en un agente tomador de decisiones bajo riesgo que afecta el comportamiento de un mercado como lo expresa Thorton

(1986) [4]. Pero tan solo fue unas décadas después cuando se dio una diferencia considerable entre la iniciativa empresarial innovadora y el espíritu empresarial a través de la obra Tratado de Economía Política de JB Say (1803) [5] al afirmar que el emprendedor es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad; en este aporte se observa un cambio en cuanto a las cualidades que debería tener la persona para ser considerada emprendedora, puesto que inicialmente bastaba con tan solo copiar ideas de negocio ya existentes para crear empresa y Say propone diferencias según la personalidad del emprendedor.

El primer economista importante en retomar el concepto de Say sobre emprendimiento fue Schumpeter (1911), en su libro “La Teoría de la dinámica económica”. Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, generado por el empresario innovador, y llamó a las tareas realizadas por este tipo de

empresarios destrucción creativa [6] (Drucker (1985) en Formichella (2004)). El mismo Schumpeter (1942) da uso al término emprendedor para hacer referencia a individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Este autor lo expresa en su libro Capitalismo, Socialismo y Democracia: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera, proveer una nueva fuente de insumos o un material nuevo, reorganizar una industria, etc.” (Formichella, (2004)) [7]

Un enfoque que presenta la literatura del emprendimiento es el sociológico o institucional 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 [8] (Shapero *et al.* (1982); Aldrich *et al.* (1986); Berger (1991); Busenitz *et al.* (2000); Steyaert *et al.* (2004); Manolova *et al.* (2008)).

El segundo enfoque responde a los planteamientos de Varela (2008) inherentes a la comprensión del emprendimiento como un problema de orden económico. Para ello, se basa en los postulados de Schumpeter (1934) respecto al fenómeno de la destrucción creativa como patrón estructural del emprendimiento y la formulación de nuevos negocios en contextos de mercado [9]

Se considera a McClelland (1961) como la persona inspiradora del estudio del emprendedor desde las ciencias humanas y sociales, con el libro "La sociedad ambiciosa" así como sus siguientes trabajos relacionados con la motivación del logro; se inicia así una serie de estudios acerca del tema desde el punto de vista psicológico, con lo que se abrió otro enfoque de investigación sobre las principales características psicológicas que permiten explicar la conducta emprendedora, [10] también

conocido como estudio del perfil emprendedor; tema de interés para este artículo. Los avances más importantes en el área se desarrollan en los trabajos de McClelland (1961), Collins, Moore y Unwalla (1964) y recientemente en los escritos de Bhide (2000), Timmons & Spinelli (2008), *et al.*

PERFIL EMPRENDEDOR:

El concepto moderno de emprendimiento fue introducido por Shumpeter (1934), el cual lo define como la creación de nuevas empresas y al emprendedor como la persona que lleva a cabo dicha tarea, perdiendo esa denominación al establecer su negocio y administrarlo como el resto de personas [11]. El emprendedor es aquel que crea e innova, mas no el que se establece y se mantiene, por esta razón se debe diferenciar del administrador, al ser conceptos distintos.

Muchos investigadores que abordan el tema del emprendimiento, lo han hecho desde distintas perspectivas y utilizando diferentes metodologías,

teniendo como resultado un concepto de emprendimiento complejo y heterogéneo (Cunningham & Lischeron (1991)) [12]. Ellos consideraron que no es posible llegar a entender el fenómeno del emprendimiento sin primero llegar a conocer al individuo (el emprendedor), el tipo de empresa que crea, el entorno en el que se encuentra y como estos factores se entrelazan.

Una nueva tendencia en el campo de investigación de emprendimiento es el estudio de los factores tanto propios o externos que influyen en el desarrollo del emprendedor. El pensamiento creativo y el nivel de innovación son factores dominantes para la formación de un estudiante emprendedor, aunque no siempre es el caso (Kent (1991)). Según un estudio hecho por la Universidad de Ciputra para determinar la correlación entre creatividad, inteligencia y el emprendimiento entre sus estudiantes, solo se encontró una correlación significativa entre el nivel de personalidad del sujeto y su nivel de emprendimiento [13]. Entrelazar

estas características personales del emprendedor con los factores externos tales como la cultura, educación y el nivel económico del individuo son claves para determinar el potencial de emprendimiento.

METODOLOGÍA

Se trata de un análisis de carácter bibliométrico y de ámbito internacional, se utilizan técnicas bibliométricas para evaluar la producción científica del tópico “*Entrepreneur Profile*” en la base de datos ISI Web of Science con el fin de identificar patrones que difícilmente se pueden evidenciar con solo lectura (Ordoñez (2009)) [14]. Se realiza la búsqueda básica con este tópico en la base de datos ISI y se obtienen 141 resultados, luego se efectúa una depuración de forma manual donde se revisan cada uno de estos artículos, se identifican y seleccionan para el análisis 45 artículos especificados en el anexo 1 que contienen estudios del perfil emprendedor de personas en diferentes contextos. Una vez seleccionados minuciosamente los artículos, se estructura la respectiva

ecuación de búsqueda, luego se ingresa esta ecuación al buscador de la base de datos ISI y se obtiene como resultado los 45 artículos anteriormente seleccionados. Luego se exportan estos artículos al software VantagePoint para proceder a realizar los análisis.

Los análisis llevados a cabo son: Análisis por países, análisis por palabras claves y análisis por autores citados.

El análisis por países se lleva a cabo con la ayuda del software VantagePoint, se clasifican los artículos por país de origen de los autores y se identifica la cantidad de artículos del estudio publicados por país. A su vez, en el mismo software, se grafica esta información en una línea de tiempo para identificar los periodos de publicación con mayor producción. Se grafica la aduna de autoría conjunta entre países para identificar colaboraciones en VAntagePoint.

El análisis por palabras claves se realiza en el software VantagePoint seleccionando las *Keywords Plus*, se organizan estas palabras claves por frecuencia de aparición en los artículos estudiados, se analiza el año de publicación y la aparición conjunta entre palabras claves en un mismo artículo a través de las herramientas graficas que proporciona el software VantagePoint.

Por último se clasifican los autores de los artículos analizados por frecuencia de citación y por medio de VantagePoint se identifica la citación de los autores en cada artículo.

RESULTADOS

Se analizan 45 artículos seleccionados bajo el tópico "*Entrepreneur Profile*"; estos artículos están comprendidos en las líneas de investigación especificadas en la tabla 1.

Tabla 1. Líneas de investigación de los artículos estudiados con el tópico “Entrepreneur Profile” en la base de datos ISI Web of Science.

Líneas de Investigación	Número de artículos	Porcentaje de artículos
BUSINESS ECONOMICS	29	64%
SOCIAL SCIENCES OTHER TOPICS	4	9%
PUBLIC ADMINISTRATION	4	9%
PSYCHOLOGY	4	9%
ENGINEERING	2	4%
AGRICULTURE	2	4%
Total de artículos estudiados	45	100%

Fuente: Los autores

La línea de investigación donde más se ha escrito respecto a perfil emprendedor es *Business Economics* con un total de 29 artículos equivalentes al 64% de las publicaciones analizadas en el presente estudio. Luego aparecen otras líneas de investigación como *Social Sciences*, *Public Administration* y *Psychology* en un 9% de los artículos cada uno.

Análisis por países

Se organizan los artículos por país de origen de tal manera que se identifican los países con más publicaciones acerca de perfil emprendedor como se puede observar en la tabla 2.

Tabla 2. Países con mayor número de artículos

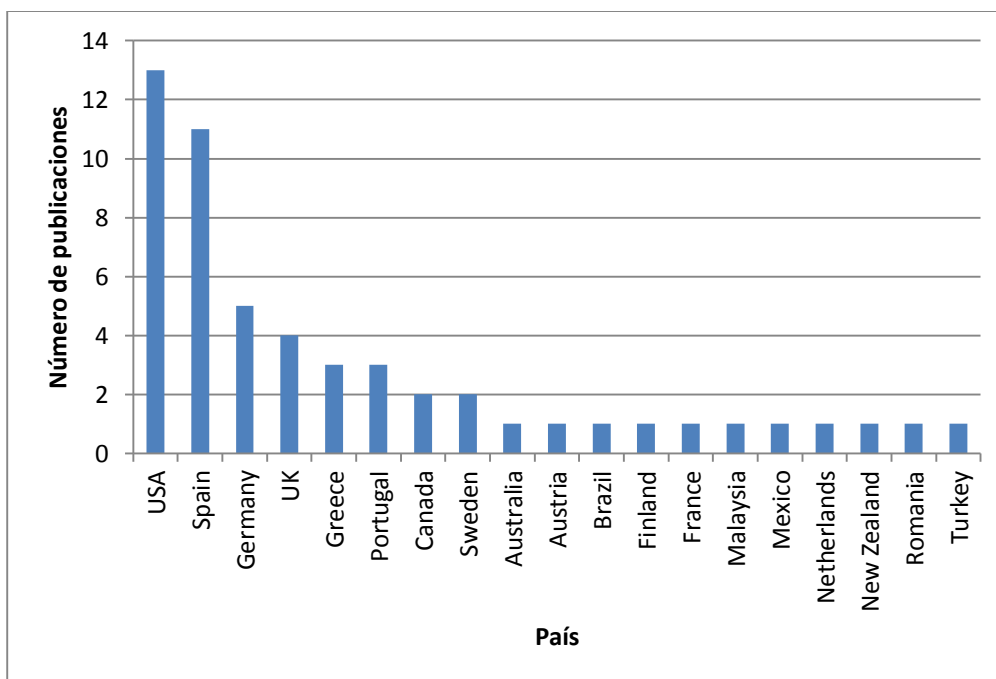
	País	Número de artículos
1	USA	13
2	Spain	11
3	Germany	5
4	UK	4
5	Greece	3
6	Portugal	3
7	Canada	2
8	Sweden	2
9	Australia	1
10	Austria	1
11	Brazil	1
12	Finland	1
13	France	1
14	Malaysia	1
15	Mexico	1
16	Netherlands	1
17	New Zealand	1
18	Romania	1
19	Turkey	1
	TOTAL	54

Fuente: Los autores

El país con mayor contribución es Estados Unidos con 13 artículos publicados seguido por España y Alemania con 11 y 5 artículos respectivamente. Luego aparece Inglaterra con 4 trabajos, Grecia y Portugal cada uno con 3

publicaciones. Como se observa en la figura 1, Estados Unidos y España están por encima de los demás países que realizan contribución de publicaciones sobre perfil emprendedor.

Figura 1. Número de artículos científicos por país

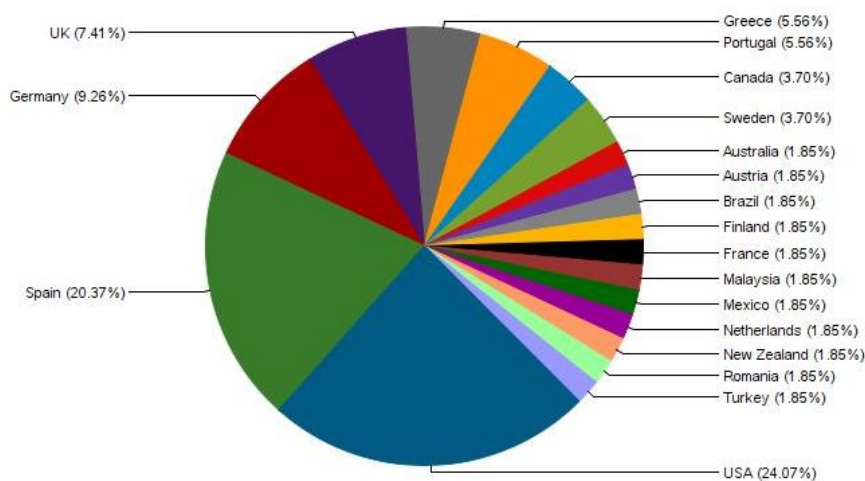


Fuente: Los autores

Entre los 19 países identificados con publicaciones dentro del tópico perfil emprendedor, Estados Unidos ha publicado el 24,07% de los artículos,

España está cerca con un 20,37%, sigue Alemania con un 9,26% e Inglaterra con el 7,41%, como se evidencia en la figura 2.

Figura 2. Porcentaje de artículos científicos por país

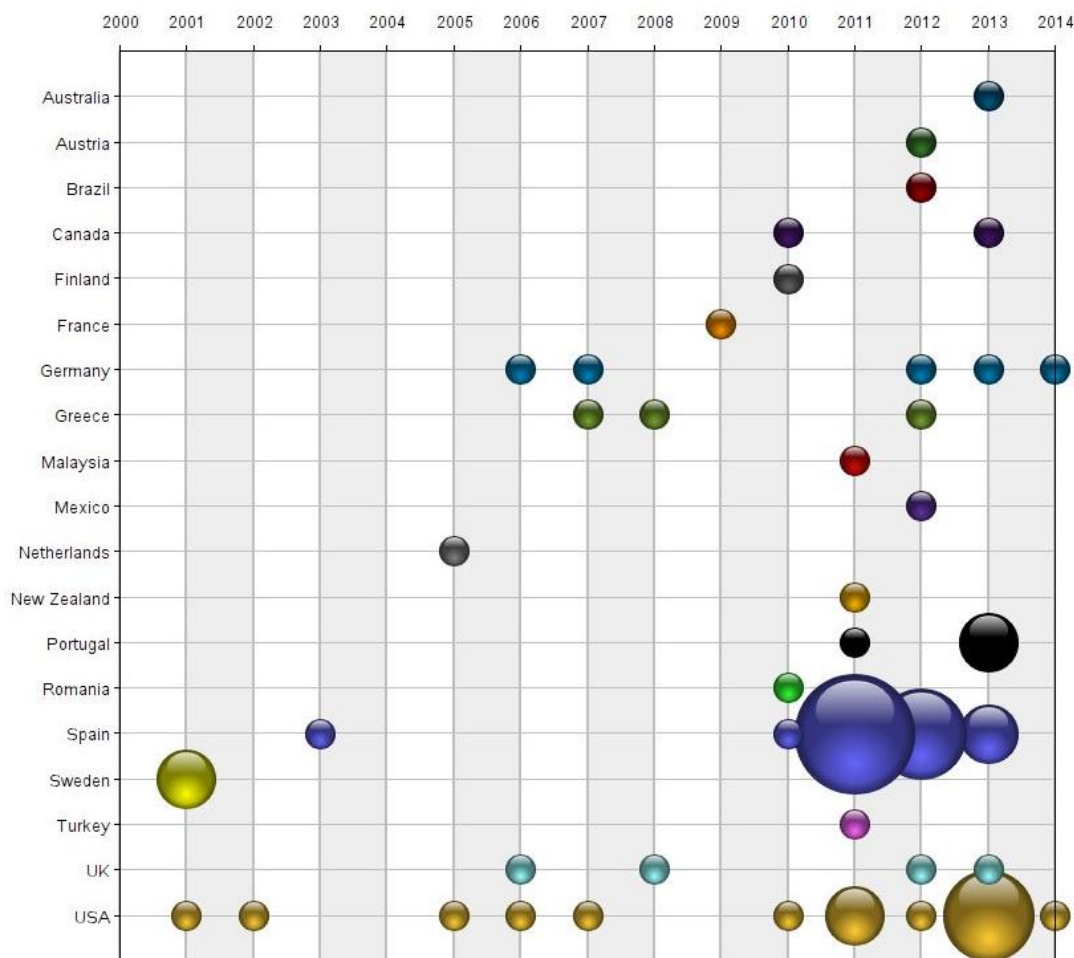


Fuente: Los autores

Por otro lado, es importante observar el año de publicación de los artículos por país de origen. En la figura 3

elaborada en el software VantagePoint se resume esta información.

Figura 3. Artículo científico del país por año de publicación



Fuente: Los autores

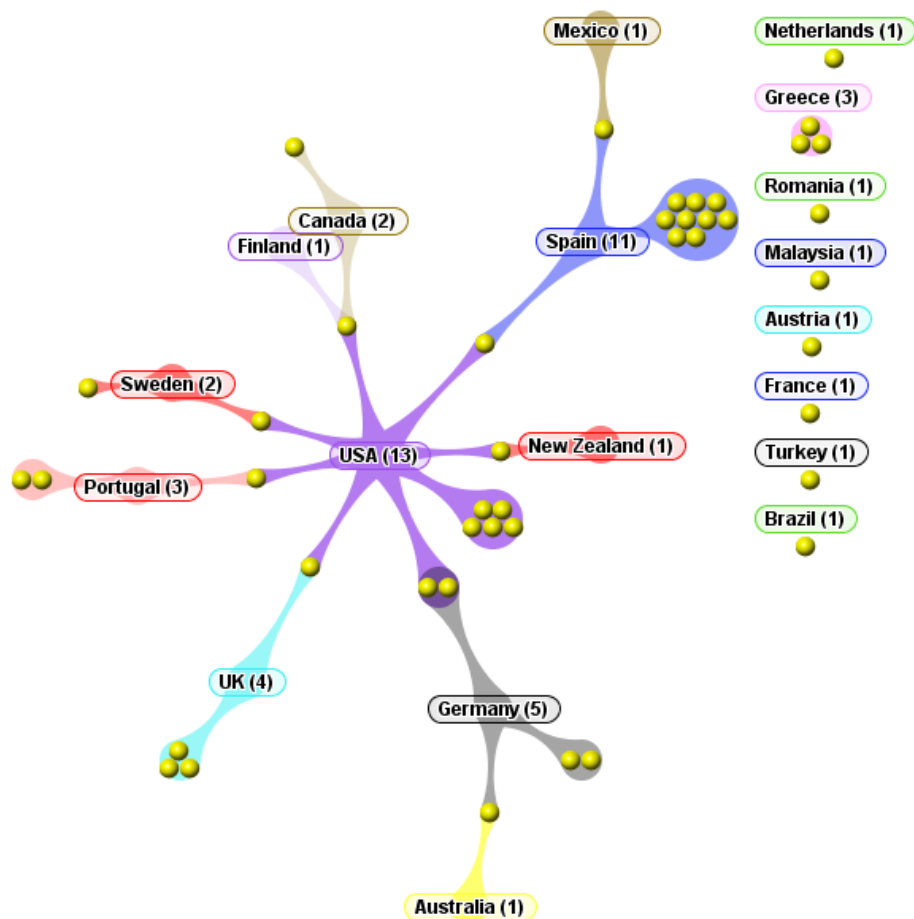
Las esferas en la gráfica representan los artículos publicados en el año respectivo, la esfera pequeña indica un artículo publicado, la siguiente en tamaño 2 artículos, la siguiente 3 artículos y la más grande 4 artículos.

La ventana de tiempo del análisis es de 14 años, el primer artículo estudiado fue publicado en el año 2001 y el último en el 2014. Estados Unidos presenta mayor continuidad en las publicaciones sobre perfil

emprendedor a diferencia de España que publica en el año 2003 y lo vuelve a hacer solo hasta el año 2010. Alemania por su parte publica inicialmente en el año 2006 y 2007 para volver a presentar trabajos hasta el 2012. Se evidencia una mayor producción científica sobre el tema en el periodo comprendido entre los años 2010 y 2013 por parte de los países.

La colaboración entre países en trabajos sobre perfil emprendedor se ve gráficamente en la figura 4. Esta red es elaborada en el software VantagePoint, cada esfera representa un artículo publicado y se observa el país o los países autores del documento científico.

Figura 4. Aduna: Colaboración en artículos publicados entre países



Fuente: Los autores



Estados Unidos ha colaborado en la producción de artículos con 8 países; con Alemania ha producido 2 artículos, un artículo de forma conjunta con Finlandia y Canadá, y de a un artículo con Inglaterra, Portugal, Suiza, España y Nueva Zelanda. Por su parte España el segundo país con mayor número de trabajos ha colaborado con México y Estados Unidos en un artículo.

Análisis por palabras clave

Se organizan las palabras clave más utilizadas en los 45 artículos científicos del estudio, y se resume la información en la tabla 3, se tiene en cuenta las 22 palabras clave más empleadas por los autores.

Tabla 3. Palabras claves más utilizadas

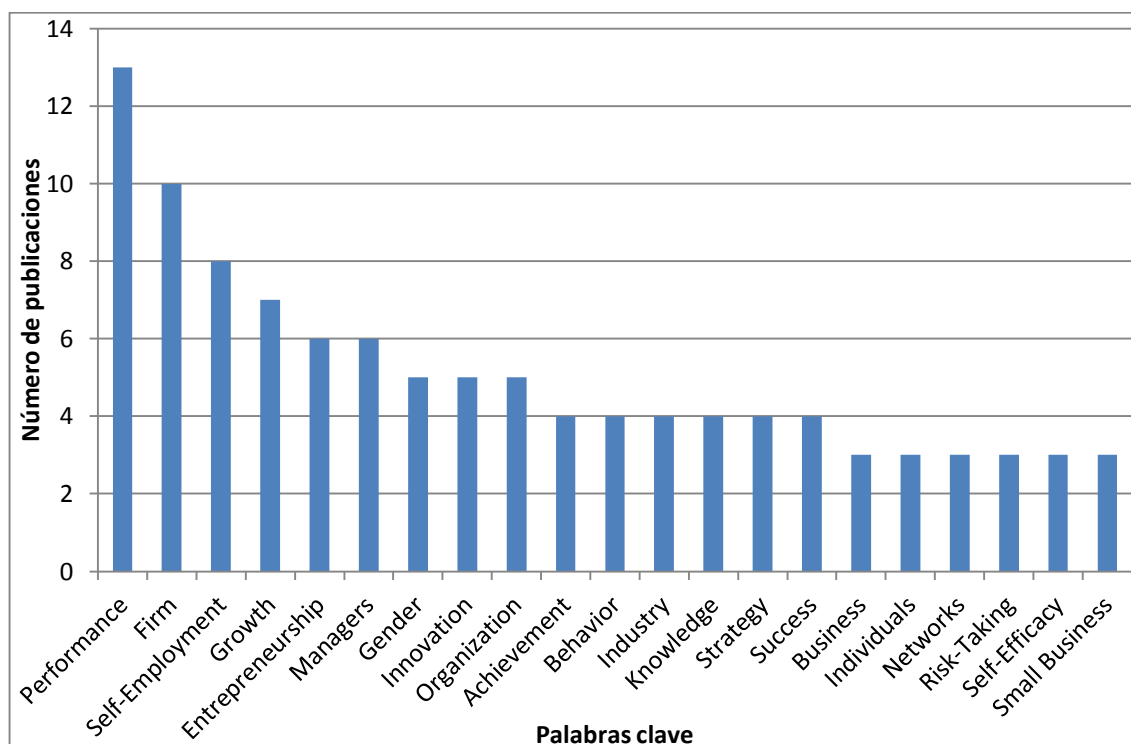
	Palabras Claves	Número de palabras claves
1	Performance	13
2	Firm	10
3	Self-Employment	8
4	Growth	7
5	Entrepreneurship	6
6	Managers	6
7	Gender	5
8	Innovation	5
9	Organization	5
11	Achievement	4
12	Behavior	4
13	Industry	4
14	Knowledge	4
15	Strategy	4
16	Success	4
17	Business	3
18	Individuals	3
19	Networks	3
20	Risk-Taking	3
21	Self-Efficacy	3
22	Small Business	3
	TOTAL	107

Fuente: Los autores

La palabra clave *Performance* es la más utilizada al aparecer en 13 artículos, *Firm* es la segunda en 10 artículos, *Self-employment* en 8 artículos, *Growth* en 7 artículos,

Entrepreneurship y *Managers* en 6 artículos cada uno. La figura 5 muestra el número de artículos en que aparece cada palabra.

Figura 5. Número de artículos científicos en que aparece la palabra clave

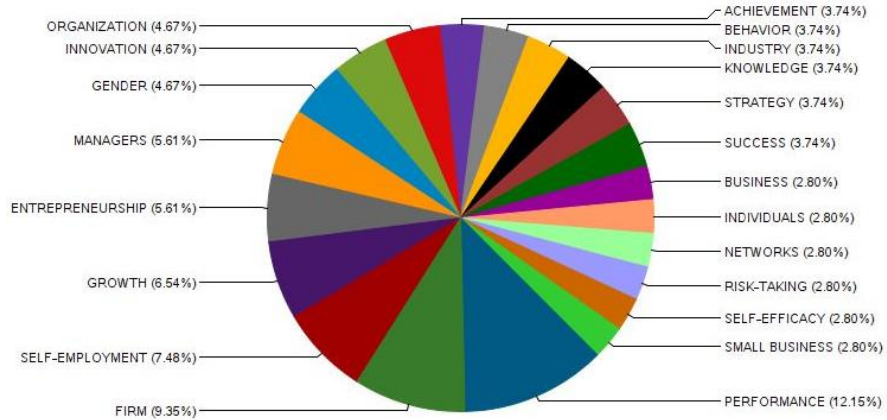


Fuente: Los autores

Por su parte, también aparecen palabras claves de algunas características que forman parte del perfil emprendedor como *Self-Efficacy*, *Risk-Taking* e *Innovation*. A su vez en términos porcentuales, se observa en la figura 6 que la palabra clave *Performance* lidera con un 12,15%, seguido por *Firm* con

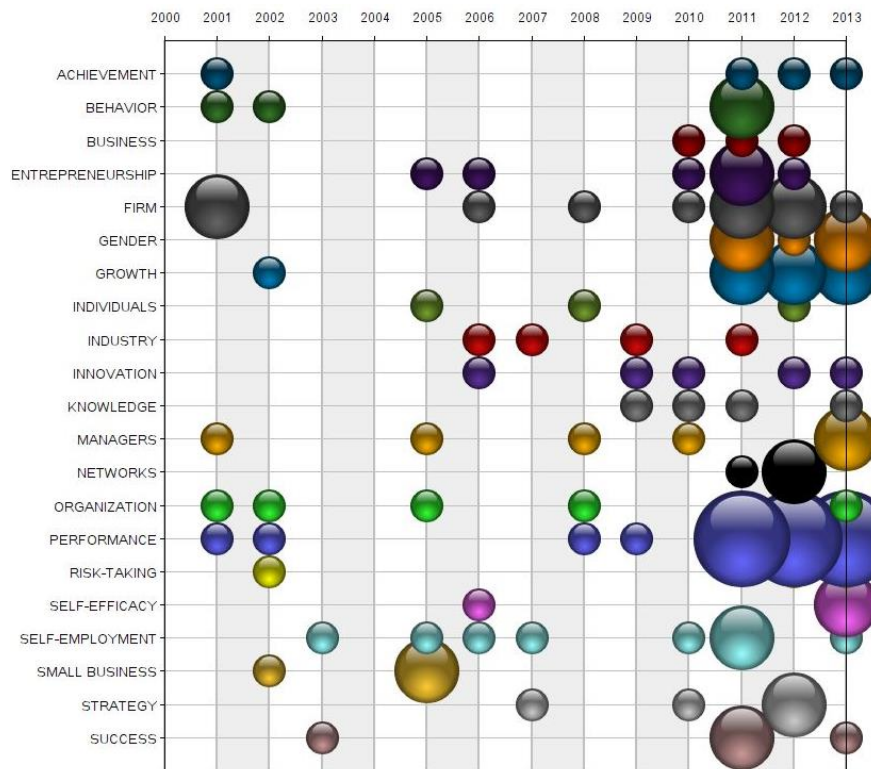
un 9,35% y *Self-Employment* con 7,48% de apariciones en los artículos estudiados. En la figura 7 se observa el año de publicación del de cada artículo en que aparecen las palabras claves.

Figura 6. Porcentaje de artículos científicos en que aparece la palabra clave



Fuente: Los autores

Figura 7. Palabra clave en artículo por año de publicación



Fuente: Los autores

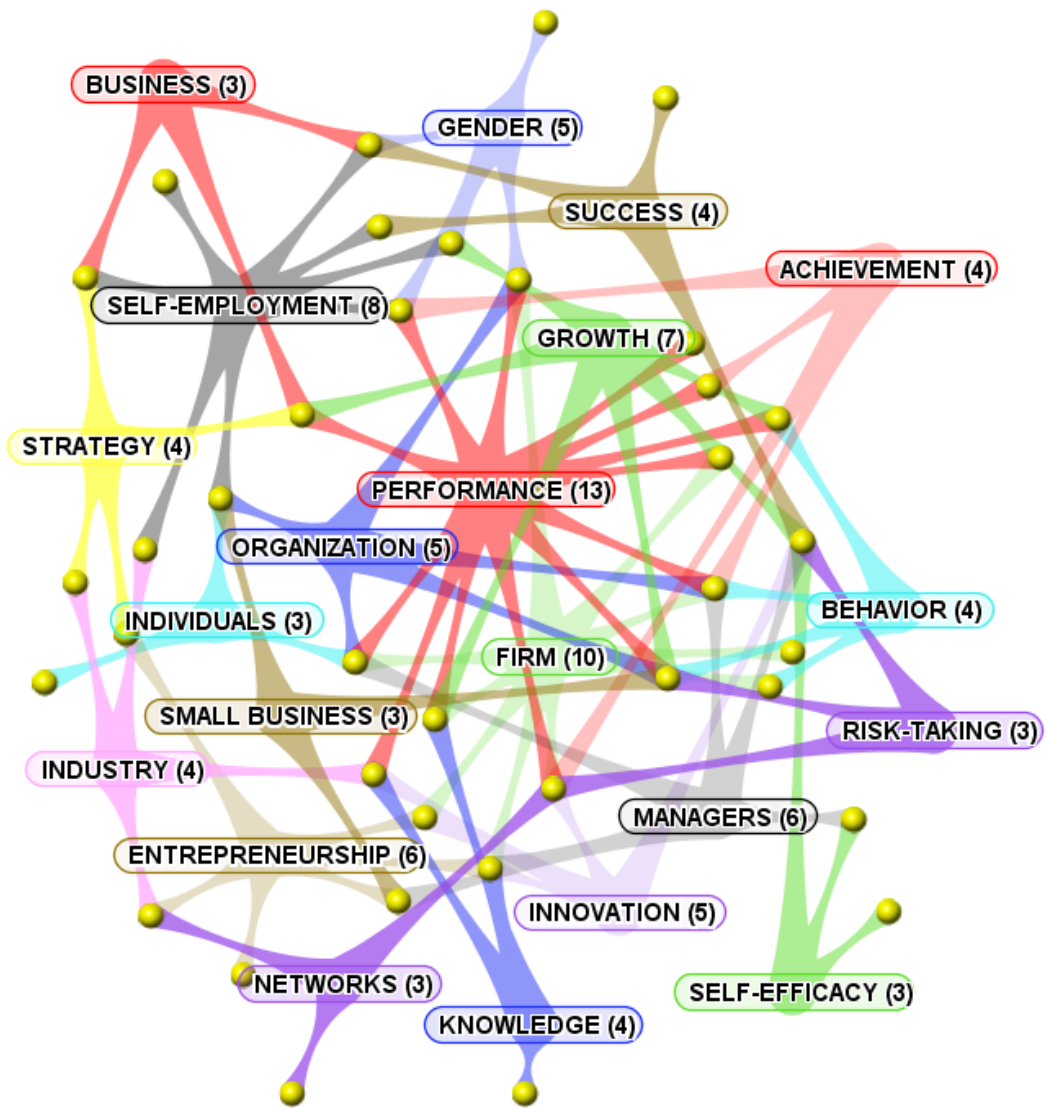
La aduna de la figura 8 se elabora con las *Keywords Plus* del estudio en

el software VantagePoint para identificar la concurrencia de cada

palabra clave en los artículos publicados. Al analizar *Performance*, concurre en 4 artículos con *Organización*; en 3 artículos con *Achievement* y *Behavior*; en 2 artículos con *Gender*, *Risk-Taking*,

Managers, *Knowledge* e *Innovation*; y en 1 artículo con *Business*, *Strategy*, *Self-Employment*, *Networks*, *Industry*, *Small-Business* e *Individuals*.

Figura 8. Aduna: Concurrencia de palabra clave por artículo publicado



Fuente: Los autores



Análisis por autores citados

La tabla 4 resume la información sobre el número de artículos en los que fue citado cada autor, y el

número de citaciones que contabiliza el total referencias que ha recibido, teniendo en cuenta que puede ser citado varias veces en un mismo artículo.

Tabla 4. Autores más citados

	Autores citados	Número de artículos en los que fue citado	Número de citas
1	Mcclelland David C.	14	22
2	Busenitz L. W.	12	16
3	Hisrich R. D.	12	15
4	Shane S.	12	25
5	Brockhaus R. H.	11	15
6	Gartner W. B.	11	18
7	Audretsch D.B.	9	12
8	Davidsson Per	9	13
9	Begley, T M	8	11
10	Cooper A. C.	7	8
11	Evans D.S.	7	7
12	Schumpeter Joseph	7	8
13	Timmons J. A.	7	7
14	Baron, R A	6	8
15	Brandstatter, H	6	6
16	Cromie S.	6	8
17	Hofstede G.	6	12
18	Hornaday J. A.	6	7
19	Sexton D. L.	6	7
20	Shapero A.	6	9
21	Stewart, W H	6	6
	TOTAL	174	240

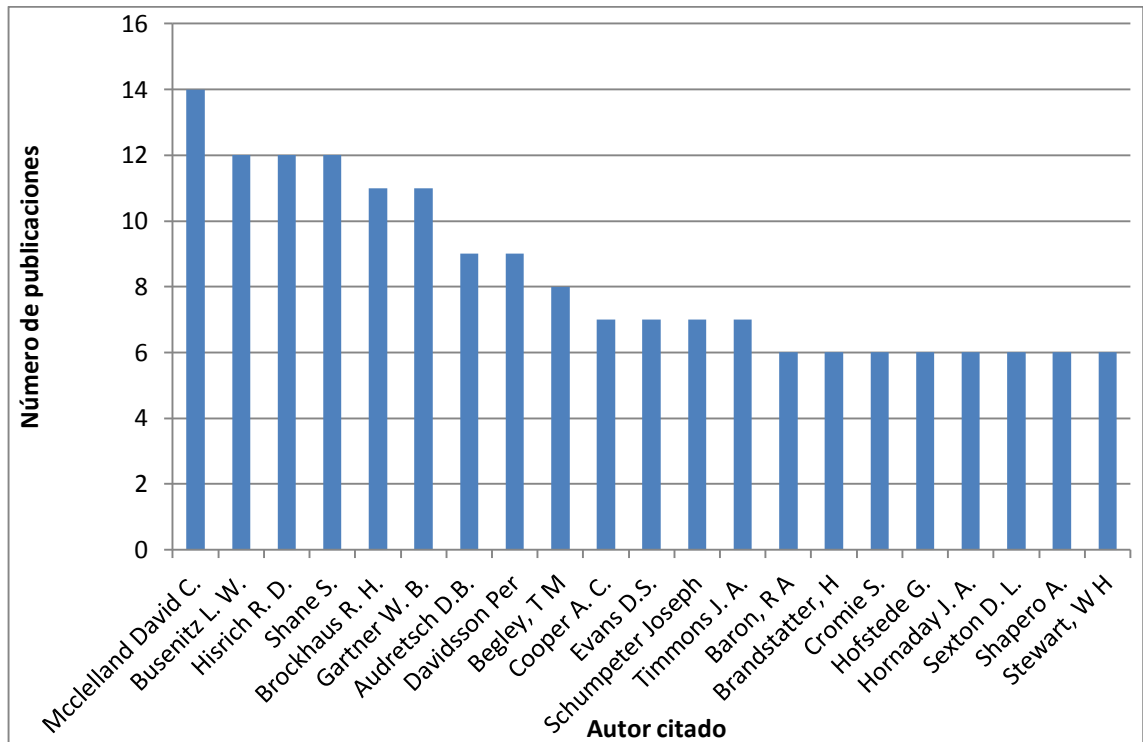
Fuente: Los autores

Mcclelland David C. es el autor que ha sido citado en mayor número al aparecer en 14 de los 45 artículos estudiados y presentar un total de 22 citas. Es seguido por Busenitz L. que es citado en 12 artículos 16 veces.

Hisrich R. D. y Shane S. aparecen en 12 artículos cada uno; Brockhaus R. H. y Gartner W. B. aparecen en 11 de los artículos analizados; por su parte Audretsch D.B y Davidsson Per

aparecen en 9 artículos cada uno como se observa en la figura 9.

Figura 9. Número de artículos en los cuales se cita el autor

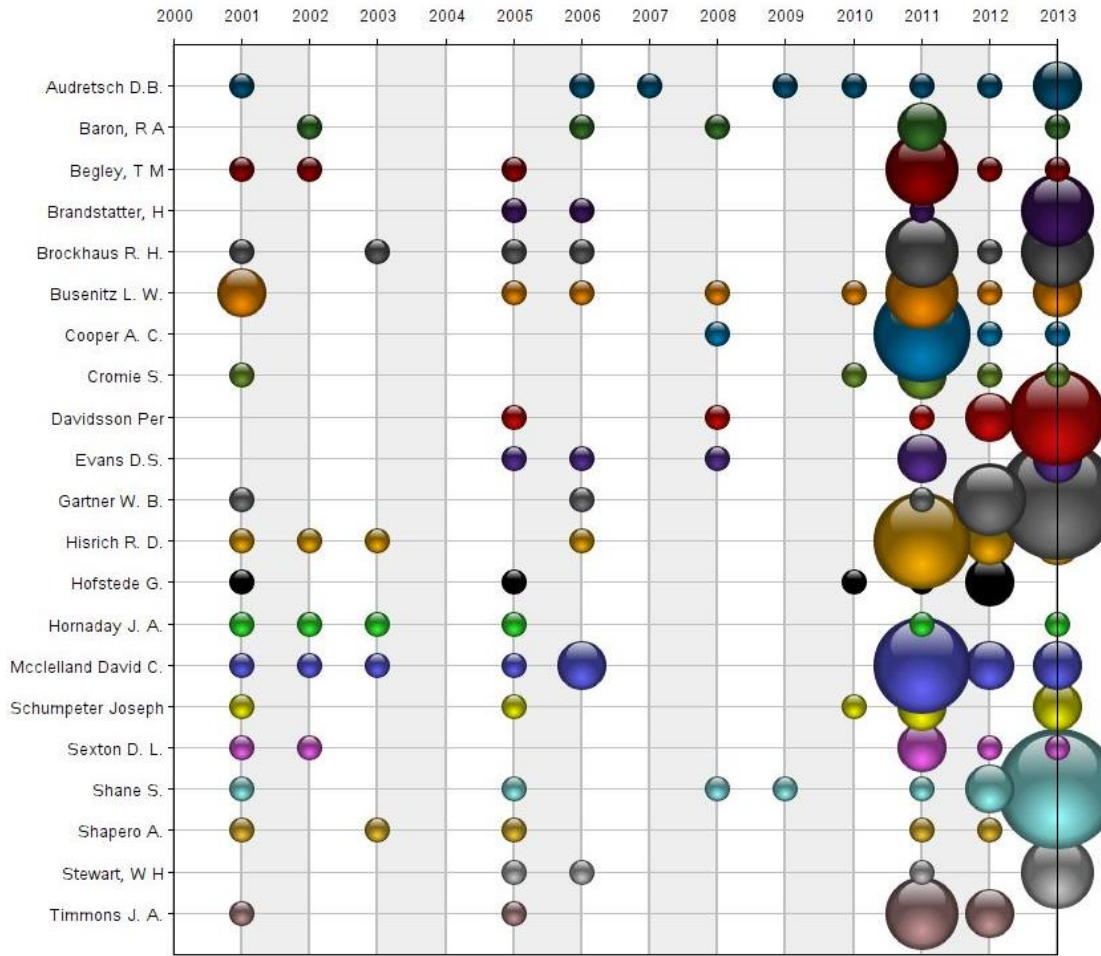


Fuente: Los autores

McClelland David C. es citado en el año 2001, 2002, 2003, 2005, 2006, 2011, 2012 y 2013, siendo el año 2012 el de mayor citación para este

autor. Esta información se observa en la figura 10 elaborada por los autores en el software VantagePoint.

Figura 10. Autor citado por año de publicación

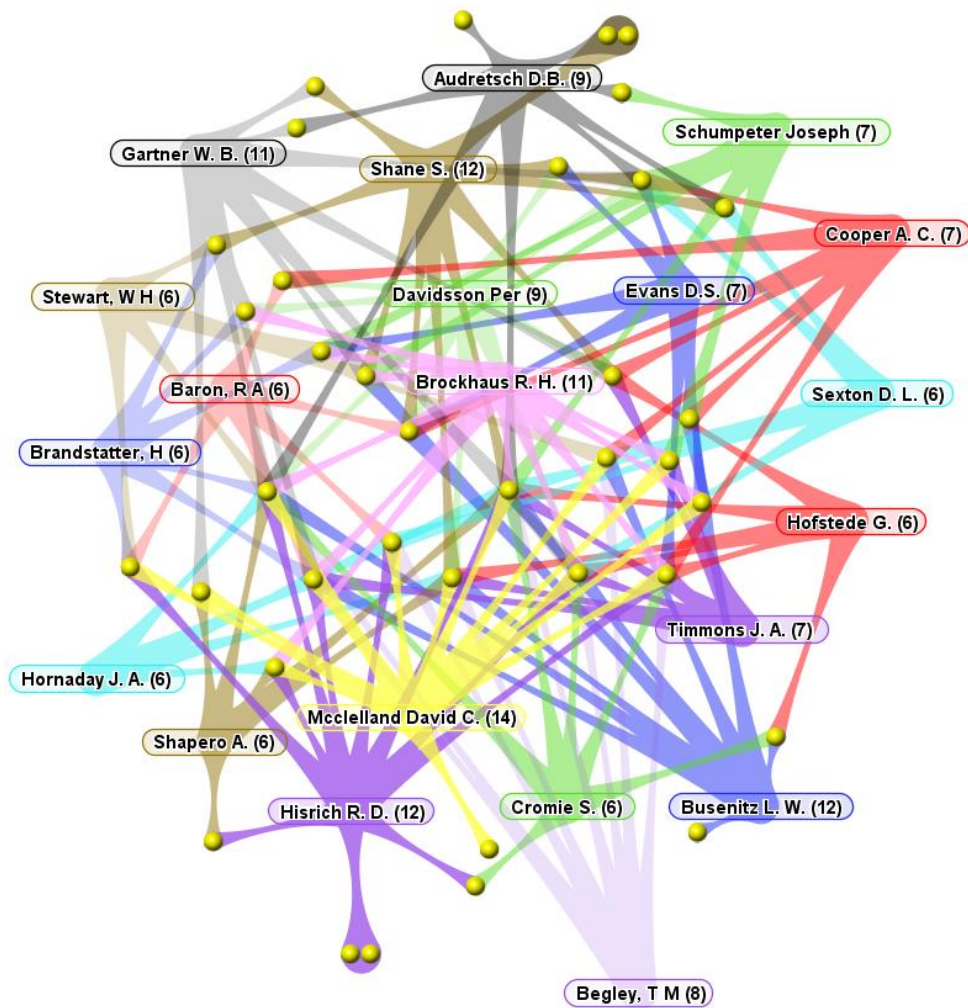


Fuente: Los autores

La aduna de la figura 11 se elabora con los *cithed authors* en el software VantagePoint, se observa la concurrencia de citación de cada autor en los artículos estudiados. El

autor más citado Mcclelland David C. concurre con Busenitz L. W. en 7 artículos, con Hisrich R. D. en 3 artículos con Shane S. en 2 artículos y con Gartner W. B. en 6 artículos.

Figura 11. Aduna: Concurrencia de autor citado por artículo publicado



Fuente: Los autores



CONCLUSIONES

- Se identificaron 6 grandes líneas de investigación en los 45 artículos estudiados, un resultado esperado ya que el emprendimiento es un campo de investigación multidisciplinar.
- La producción científica en el área del perfil emprendedor se ha intensificado en los últimos especialmente desde el año 2011. Esto reitera la importancia que ha adquirido identificar el perfil emprendedor de las personas

que están involucradas con el desarrollo de las organizaciones.

- En el contexto latinoamericano, Brazil y México presentan un artículo publicado sobre perfil emprendedor en la base de datos ISI Web of Science, sin embargo en comparación con Europa y América del Norte se considera baja la producción científica de esta región.
- Maclelland David es el autor de mayor referencia para los estudios de perfil emprendedor; eso se debe a que Maclelland es el autor que ha impulsado el estudio del emprendedor desde la óptica de las ciencias humanas y sociales.

REFERENCIAS

- [1] SCHILDT, Henri A. & SILLANPÄÄ, Antti. The Field of Entrepreneurship: A Bibliometric Assessment. Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business, 2004
- [2] PORTUGAL, Manuel et al. Entrepreneurship Research: A Bibliometric Study of the EnANPADs 1997-2008. globADVANTAGE – Center of Research in International Business & Strategy. Portugal, 2010
- [3] ESPÍRITU OLMOS, Roberto y SASTRE CASTILLO, Miguel. Factores Explicativos sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España. [online]. Disponible en internet: bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/.../25.pdf
- [4] CRISSIEN CASTILLO, Jhon. Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia.

En Revista EAN No 66: Mayo-Agosto de 2009, p. 67-84

[5] SAY, Jean Baptiste (2001). A treatise on Political Economy. Disponible en internet: <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/say/treatise.pdf>

[6] 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>

[7] SCHUMPETER, Joseph Alois. Capitalismo, Socialismo y Democracia. 2 ed. Madrid: Aguilar, 1950

[8] 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>

[9] 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>

[10] ESPÍRITU OLMOS, Roberto y SASTRE CASTILLO, Miguel. Factores Explicativos sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España. [online]. Disponible en internet: bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/.../25.pdf

[11] DVIR, Dov, SADEH, Arik, MALACH-PINES, Ayala. The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study. [online] The Journal of High Technology

Management Research (2010), p. 43-21. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1047831010000076>.

en internet:
<http://www.economiainstitutional.com/pdf/no20/gordonez20.pdf>

[12] DVIR, Dov, SADEH, Arik, MALACH-PINES, Ayala. The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study. [online] The Journal of High Technology Management Research (2010), p. 43-21. Disponible en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1047831010000076>.

[13] ANTONIO, Tony, et al. Correlations Creativity, Intelligence, Personality, and Entrepreneurship Achievement. [online] Procedia - Social and Behavioral Sciences. (2013), p 251-257. en internet: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019818>

[13] ORDOÑEZ, Gonzalo et al. Análisis Económico de la Revista de Economía Institucional en sus primeros diez años. [online] Revista de Economía Institucional, vol. 11, No. 20, 2009, p. 309-353. Disponible

ANEXO 1.

Tabla 5. Artículos estudiados

Autor	Título
Alvarez-Herranz, A., Valencia-De-Lara, P., & Martinez-Ruiz, M. P. (2011)	How entrepreneurial characteristics influence 159nterpr creation: a cross-national study of 22 countries tested with panel data methodology
Anthopoulou, T. (2008).	Food knowhow and entrepreneurial dynamics of rural women. Case study in the Peloponnese (Greece)
Armengot, C. R., Parellada, F. S., & Carbonell, J. R. (2010)	The immigrant entrepreneur in the international change A managerial analysis according to demographic profile. <i>Journal of Organizational Change Management</i>
Avlonitis, G. J., & Salavou, H. E. (2007)	Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance
Barba-Sanchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2011)	Reasons to 159nterp a new venture: A determinant of entrepreneurial profiles
Benito-Hernandez, S., Platero-Jaime, M., & Rodriguez-Duarte, A. (2012)	Determinants of innovation in Spanish micro-enterprises: The importance of internal factors. <i>Universia Business Review</i> (33), 104-121.
Beugelsdijk, S., & Noorderhaven, N. (2005)	Personality characteristics of self-employed; An empirical study
Canizares, S. M. S., & Garcia, F. J. F. (2013)	Women and Entrepreneurship: An Analysis in the Spanish University Context
Constant, A., Shachmurove, Y., & Zimmermann, K. F. (2007)	What makes an entrepreneur and does it pay? Native men, Turks
Darbus, F. (2008)	Assisting the creation of 159nterprise. <i>Actes De La Recherche</i>
Diaz, F., & Rodriguez, A. (2003)	Locus of control, nAch and values of community entrepreneurs
Ding, W., & Choi, E. (2011)	Divergent paths to 159nterpris science: A comparison of scientists' founding and advising activities. <i>Research Policy</i>

Dougherty, K. D., Griebel, J., Neubert, M. J., & Park, J. Z. (2013)	A Religious Profile of American Entrepreneurs
Eyupoglu, S. Z., & Saner, T. (2011)	Who is she? The Turkish Cypriot female entrepreneur
Fiet, J. O. (2001).	The theoretical side of teaching entrepreneurship
Gindling, T. H., & Newhouse, D. (2014)	Self-Employment in the Developing World. <i>World Development</i> ,
Gonzalez-Gonzalez, J. M., Bretones, F. D., Zarco, V., & Rodriguez, A. (2011)	Women, immigration and entrepreneurship in Spain: A confluence of debates in the face of a complex reality
Grimm, H. M., & Jaenicke, J. (2012)	What drives patenting and commercialisation activity at East German universities? The role of new public policy, institutional environment and individual prior knowledge
Iakovidou, O., Koutsou, S., Partalidou, M., & Emmanouilidou, M. (2012)	Women entrepreneurs in rural Greece: do they come from the same “neck of the 160nter”?
Jaafar, M., Abdul-Aziz, A. R., Maideen, S. A., & Mohd, S. Z. (2011).	Entrepreneurship in the tourism industry: Issues in developing countries
Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2013)	Entrepreneur motivations and life course
Jimenez-Zarco, A. I., Cerdan-Chiscano, M., & Torrent-Sellens, J. (2013)	Challenges and Opportunities in Science Parks’ Management: design of a tool 160nterpri the analysis of resident companies
Jolivet, E., Lanciano-Morandat, C., Nohara, H., & Pardo, D. (2009)	Biopharmaceutical entrepreneurship in two Japanese and French bioclusters: Differences in founder profiles and experience
Junquera, B. (2011)	Where does female entrepreneurial human capital come from? A review of the 160nterprise. <i>Innovation-Management Policy & Practice</i>

Kalantaridis, C. (2006)	A study into the localization of rural businesses in five European countries. <i>European Planning Studies</i>
Margolis, D. N. (2014).	By Choice and by Necessity: Entrepreneurship and Self-Employment in the Developing World
Marques, C. S., Ferreira, J., Rodrigues, R. G., & Ferreira, M. (2011)	The contribution of yoga to the entrepreneurial potential of university students: a SEM approach
Marques, C. S. E., Ferreira, J. J. M., Ferreira, F. A. F., & Lages, M. F. S. (2013).	Entrepreneurial orientation and motivation to start up a business: evidence from the health service industry
Mathieu, C., & St-Jean, E. (2013)	Entrepreneurial personality: The role of narcissism. <i>Personality and Individual Differences</i>
Meyskens, M., Robb-Post, C., Stamp, J. A., Carsrud, A. L., & Reynolds, P. D. (2010)	Social Ventures from a Resource-Based Perspective: An Exploratory Study Assessing Global Ashoka Fellows
Morris, M., & Schindehutte, M. (2005)	Entrepreneurial values and the ethnic 161nterprise: An examination of six subcultures
Morris, M. H., Schindehutte, M., Walton, J., & Allen, J. (2002)	The ethical context of entrepreneurship: Proposing and testing a developmental framework.
Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001)	Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness
Popescu, D., Scarlat, C., Chivu, I., Ciocarlan-Chitucea, A., & Popescu, D. O. (2010)	Entrepreneurship in the romanian learning organizations
Puga, J. L., & Garcia, J. G. (2012)	A Comparative Study on Entrepreneurial Attitudes Modeled with Logistic Regression and Bayes Nets
Rigotti, L., Ryan, M., & Vaithianathan, R. (2011)	Optimism and firm formation
Santandreu-Mascarell, C., Garzon, D., & Knorr, H. (2013)	Entrepreneurial and innovative competences, are they the same?

Schroder, E., & Schmitt-Rodermund, E. (2006)	Crystallizing enterprising interests among adolescents through a career development program: The role of personality and family background.
Stuetzer, M., Obschonka, M., & Schmitt-Rodermund, E. (2013)	Balanced skills among nascent entrepreneurs. <i>Small Business Economics</i> ,
Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2008)	Opportunity identification and pursuit: Does an entrepreneur's human capital matter?
Vazquez-Carrasco, R., Lopez-Perez, M. E., & Centeno, E. (2012)	A qualitative approach to the challenges for women in management: are they really starting in the 21st century?
Wdowiak, M. A., Schwarz, E. J., Breitenacker, R. J., & Wright, R. W. (2012)	Linking the cultural capital of the entrepreneur and early performance of new ventures: A cross-country comparison
Willerding, I. A. V., Prado, M. L., & Lapolli, E. M. (2012)	A Trilogy of Entrepreneurship: Performance, Capacity and Competence as a Factor of Success For Micro and Small
Wu, B., & Knott, A. M. (2006)	Entrepreneurial risk and market entry
Zinga, A. C., Coelho, A. F. M., & Carvalho, F. (2013)	Clustering of Angolan entrepreneurs: an analysis of their entrepreneurial posture

Fuente: Los autores