

UNIVERSIDAD
EAFIT[®]



SIEGDE - SICAR

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

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

Informe Universidad EAFIT 2019

Autores

Izaias Martins
Eduart Villanueva
Lukas Matheo Calderon
Isabel Cristina Valderrama
Paula Marcela Salcedo
Juan Pablo Pérez

Citación: Martins, Villanueva, Calderón, Valderrama, Salcedo & Pérez (2020). *Encuesta sobre la percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes universitarios: Informe Universidad EAFIT 2019*. Escuela de Administración, Universidad EAFIT, Medellín.

Quiénes Somos

Semillero de investigación en emprendimiento y gestión de empresa – SIEGDE

SIEGDE, es un semillero enfocado en desarrollar estudios alrededor del emprendimiento y a gestión de la pequeña y mediana empresa (Pyme). Las principales líneas de investigación del SIEGDE están relacionadas con la creación de empresas y el intraemprendimiento, la orientación emprendedora en la Pyme y la educación para el emprendimiento. El semillero apoya el emprendimiento en la Universidad EAFIT a través de su trabajo conjunto con la Mesa de emprendimiento de la universidad, apoyando a la materia del núcleo de formación institucional “Iniciativa y cultura empresarial” y de la línea de énfasis en innovación y emprendimiento.

Semillero de investigación en control, auditoría y riesgo – SICAR

SICAR es un semillero de investigación que desarrolla competencias en temas de riesgos, control y auditoría, en los estudiantes. Fue creado en el 2008 en el Departamento de Contaduría Pública de la Universidad EAFIT. Durante su trayectoria ha desarrollado diferentes proyectos relacionados con el emprendimiento como: Perfil de riesgo del emprendedor en el 2013; Riesgos del emprendedor en el 2014; Manejo del riesgo de emprendedores consolidados en Antioquia 2015. Y cuenta con la publicación de una cartilla denominada *Riesgos del emprendedor*. Actualmente, trabaja en esta misma línea, y con esto busca propiciar el desarrollo social de la comunidad, al impulsar el conocimiento de los riesgos por parte de los emprendedores.

AGRADECIMIENTOS

El Semillero de Investigación en Emprendimiento y Gestión de Empresas (SIEGDE) y el Semillero de Investigación en Control, Auditoría y Riesgos (SICAR), agradecen a la Vicerrectoría de Descubrimiento y Creación representada por el Dr. Mauricio Perfetti Del Corral y todo su equipo de trabajo. Este proyecto ha sido beneficiado con recursos de la Dirección de Investigación a través de la convocatoria para la financiación de pequeños proyectos de los semilleros de investigación. El apoyo Institucional a los semilleros de investigación es fundamental para el logro de resultados sólidos y tangibles como este informe, permitiendo articular la actividad investigativa como uno de los propósitos de la Universidad en miras de generar y transmitir conocimiento a través de la producción científica nacional e internacional.

Adicionalmente, nos gustaría agradecer el apoyo Institucional recibido de la Decanatura de la Escuela de Administración y en especial al Decano Ricardo Uribe Marín, quien apoya e incentiva la investigación dentro de la Escuela en todos sus ámbitos. Este informe es el resultado de la habilidad y competencia de los estudiantes de los diferentes pregrados y posgrados de la Escuela que participan activamente en los Semilleros SIEGDE y SICAR, demostrando sus aptitudes investigativas.

Al Departamento de Contaduría Pública de la Universidad y en especial a Leonardo Sánchez Garrido, su jefe, le agradecemos el apoyo incondicional que le ha brindado siempre al Grupo de Investigación en Información y Gestión, y a los semilleros del Departamento.

Finalmente, y no menos importante, nuestro profundo agradecimiento al profesor Jorge Hernán Mesa Cano, a Diana María Osorio Posada y a todo el equipo de profesores de la materia *Iniciativa y Cultura Empresarial*; sin el compromiso y apoyo de ustedes, este estudio no sería posible.

Los autores

ÍNDICE GENERAL

MARCO DE REFERENCIA	9
ORGANIZACIÓN DE LA ENCUESTA	11
RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	12
1. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA	12
1.1 CONTEXTO	12
1.2 FORMACIÓN	12
1.3 ESCUELA	12
1.4 SEMESTRE	13
1.5 GÉNERO	13
1.6 EDAD	14
2. ENTORNO SOCIAL	14
3. CARACTERIZACIÓN DEL INDIVIDUO	15
4. ADN INNOVADOR.....	16
5. PROACTIVIDAD.....	17
6. ESTIGMA SOCIAL Y MIEDO AL FRACASO.....	18
6.1 ESTIGMA SOCIAL	18
6.2 MIEDO AL FRACASO.....	18
7. EMPRENDIMIENTO.....	19
7.1 PROPENSIÓN HACIA EMPRENDER.....	19
7.2 MOTIVACIONES DEL EMPRENDEDOR	20
7.3 APOYO DE LA UNIVERSIDAD AL EMPRENDIMIENTO	20
7.4 EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD	21
7.5 PERSPECTIVA HACIA EMPRENDER	22
8. PERCEPCIÓN DE APROBACIÓN DEL ENTORNO CERCANO	22
9. CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR	23
10. BARRERAS EN LA CREACIÓN DE EMPRESA	24
11. INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO.....	25
12. ASUNCIÓN DEL RIESGO	25
13. TOMA DE RIESGOS	26
14. DESPUÉS DEL CURSO DE INICIATIVA Y CULTURA EMPRESARIAL.....	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Formación	12
Figura 2. Escuela	13
Figura 3. Semestre	13
Figura 4. Género	14
Figura 5. Edad	14
Figura 6. Entorno social	15
Figura 7. ADN Innovador.....	17
Figura 8. Proactividad	17
Figura 9. Estigma Social.....	18
Figura 10. Miedo al Fracaso.....	19
Figura 11. Propensión a Emprender	19
Figura 12. Motivación del Emprendedor.....	20
Figura 13. Apoyo de la Universidad.....	21
Figura 14. Emprendimiento en la Universidad.....	21
Figura 15. Perspectiva hacia Emprender	22
Figura 16. Aprobación hacia Emprender.....	23
Figura 17. Control percibido sobre el comportamiento.....	24
Figura 18. Importancia de las Barreras.....	24
Figura 19. Intención Emprendedora	25
Figura 20. Asunción del Riesgo	26
Figura 21. Rentabilidad vs Pérdida.....	27
Figura 22. Crear vs Invertir	27
Figura 23. 50 - 50	28
Figura 24. Después del curso.....	29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características personales.....	16
--	----

INTRODUCCIÓN

El impacto de la educación sobre el desarrollo de las competencias emprendedoras en lo que respecta a la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos, así como en el reconocimiento y fomento de las habilidades y oportunidades emprendedoras ha cobrado cada vez más relevancia dentro de los contextos de políticas públicas y sociales siendo un tema fructífero de investigación durante las últimas décadas. Así, la educación para el emprendimiento que permite a los individuos incursionar mejor preparados en el desarrollo y puesta en marcha de proyectos emprendedores, está orientada a estimular los antecedentes a nivel cognitivo del individuo que posteriormente -se espera- se manifiesten en un comportamiento emprendedor. A través de dicho proceso se hace necesario identificar potencialidades y falencias toda vez que brindan un acercamiento a la efectividad de dicho proceso de formación, donde los análisis descriptivos transversales emergen con una herramienta relevante.

Bajo este contexto, este informe aborda algunos de los pormenores relacionados con la percepción en materia de emprendimiento de los estudiantes universitarios pertenecientes a la Universidad EAFIT para el año 2019. En su cuarta versión del informe, esta edición posee un énfasis orientado al riesgo, entendido como la disposición del individuo a asignar recursos y esfuerzos a proyectos que derivan en resultados con alto nivel de incertidumbre. Adicionalmente se abordan aspectos relacionados con el espíritu emprendedor como la innovación, la proactividad, la propensión a emprender, entre otros, los que en conjunto permiten obtener una mirada de la mentalidad emprendedora de los estudiantes para determinar posibles pautas futuras de intervención.

MARCO DE REFERENCIA

Riesgo y emprendimiento

Una de las definiciones de riesgo plantea la posibilidad de que, a partir de diversos comportamientos humanos, se generen consecuencias adversas ya sean físicas, psicológicas, sociales, o económicas, que son capaces de generar incertidumbre, pero que también pueden ser positivas y se consideran como oportunidades (Bayat et. al., 2019).

Los individuos pueden tomar distintas posiciones frente a los riesgos; una de ellas es la tendencia a asumirlos, la cual indica qué tan dispuestas están las personas para tomar riesgos que probablemente generen pérdidas (Contreras, Dos Santos & Soriano, 2019; Verheul et.al., 2015). De esta manera, estudios plantean que la asunción de riesgos se relaciona directamente con el desarrollo de diversos comportamientos que llevan al individuo a tomar decisiones financieras y de inversión riesgosas, con el fin de obtener mayores rendimientos y una mejor posición en el medio (Cheng, Lee & Lin, 2020).

De igual manera se han concebido a los riesgos en general, como impulsores de emprendimiento en la sociedad, debido a que estos representan aspectos tanto negativos como positivos, que, además, permiten la creación de una conciencia de riesgos en el individuo, la cual ayuda a establecer comportamientos más certeros y seguros y con una mayor probabilidad de ganancias (Strelnik, 2014)

A partir de esta consideración se establece que la asunción de riesgos es un factor fundamental para hablar sobre emprendimiento (Dawson & Henley, 2015), debido a que establecer una relación entre estos dos factores da como resultado una toma de decisiones más acertadas, un conocimiento más apropiado sobre características organizacionales, entre otras competencias que influyen positivamente en la intención emprendedora de los individuos (Martino, Rigolini & D'Onza, 2020).

Por tal motivo, la educación superior ha adoptado metodologías para modelar ciertos comportamientos en los estudiantes que vayan encaminados a reforzar habilidades como, el Locus de control, la propensión a tomar riesgos, la autoconfianza, la necesidad de logro, la tolerancia a la ambigüedad y la innovación (Munyaradzy, 2020). Estas metodologías se basan en presentar casos de la vida real para que los individuos que estén en formación se enfrenten a resolverlos con diferentes herramientas que estén a su alcance y poder con mayor sensatez y prudencia clasificar y caracterizar los diferentes riesgos (Bandera, Collins & Passerini, 2018).

La educación emprendedora toma sentido cuando se concibe a los emprendedores como grandes conductores de la economía; su valor incrementa cuando esta busca potencializar competencias fundamentales en los estudiantes; es decir, que las universidades incentiven a los estudiantes a entender la realidad económica y la importancia de tomar riesgos para incrementar los retornos sobre la inversión realizada (Florackis et. al, 2020; Munyaradzy, 2020). En este mismo sentido otro estudio encontró que la educación emprendedora influye sobre la asunción de riesgos en estudiantes, el cual fue observado mediante la aplicación de un instrumento al iniciar y al terminar el curso (Arpiainen & Kurczewska, 2017).

Finalmente, existen algunos factores que impulsan la asunción de riesgos por parte de los jóvenes universitarios, uno de ellos es la relación positiva que existe entre la edad y el hecho de asumir riesgos, debido a que los jóvenes tienden a involucrarse en actividades más riesgosas y por ende suelen iniciar

de una manera más fácil nuevos negocios o emprendimientos (Campbell, Jeong & Graffin, 2019; Zhang, Zhang & Shang, 2016).

ORGANIZACIÓN DE LA ENCUESTA

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

La encuesta es anónima y consta de dos fases. En la primera, los estudiantes responden en línea las preguntas planteadas durante las dos primeras sesiones de clase, minimizando así sesgos que puedan afectar la calidad de la respuesta (ej. sesgos inherentes al anonimato del alumno y/o respuestas influenciadas por la formación que reciben a partir de las sesiones subsecuentes). La segunda fase de la encuesta se lleva a cabo durante el periodo de finalización de clases y tiene como objetivo identificar cómo las respuestas a las preguntas planteadas en la primera fase han cambiado una vez los conocimientos del curso han sido asimilados. Asimismo, la segunda fase también considera preguntas sobre la percepción y evaluación de los estudiantes respecto al programa cursado y el impacto en el desarrollo de competencias emprendedoras.

El instrumento contiene preguntas cerradas, diseñadas en escala Likert de siete puntos (siendo 1 el punto mínimo y 7 el máximo), y preguntas dicotómicas (sí o no). La información permite identificar la posición de los estudiantes respecto a diversos aspectos relacionados con el emprendimiento y está agrupada en diferentes secciones, en las cuales se abordan temas como: información demográfica, percepción del apoyo institucional en materia de emprendimiento, el ADN del innovador, la orientación e intención emprendedora y la asunción y evaluación de riesgos.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

1.1 CONTEXTO

Este informe contiene un total de 892 observaciones obtenidas de estudiantes de diferentes programas académicos matriculados en el Núcleo de Formación Institucional Iniciativa y Cultura Empresarial, recolectadas en el año del 2019 en su fase inicial.

De los encuestados, el 51,6% son hombres y el 48,4% restante son mujeres. En cuanto a la edad de los encuestados el 81% está en una edad de 18 a 21 años, mientras que el 25% del total tiene 19 años. Adicionalmente, el 58% de los estudiantes encuestados se encuentra en los primeros 5 semestres. La escuela con más participación es la Escuela de Administración con un 33%, seguida por la Escuela de Ingeniería (30%) y Escuela de Humanidades (13%).

1.2 FORMACIÓN

De los encuestados, solo un 12% había recibido algún tipo de formación en emprendimiento antes de iniciar la materia ICE, mientras que el 88% restante nunca había tomado un curso relacionado con emprendimiento (ver Figura 1).

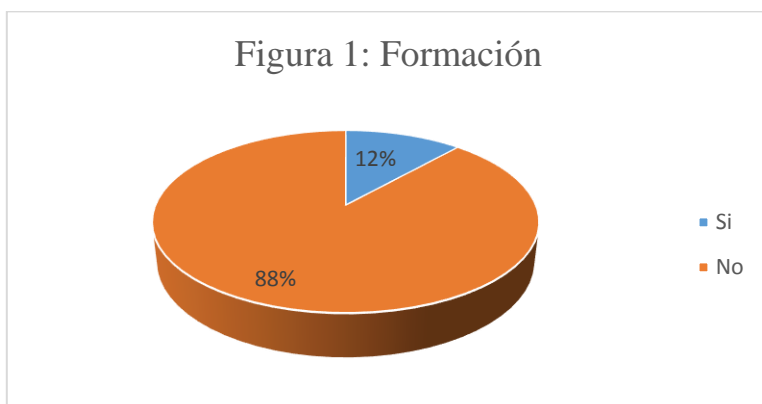


Figura 1. Formación

1.3 ESCUELA

En el año 2019, la escuela con más participación es la Escuela de Administración con un 34%, seguida por la Escuela de Ingeniería (30%), Escuela de Humanidades (13%), la Escuela de Ciencias (9%), Escuela de Derecho (7%) y la Escuela de Economía y Finanzas con un 7%. (ver Figura 2).

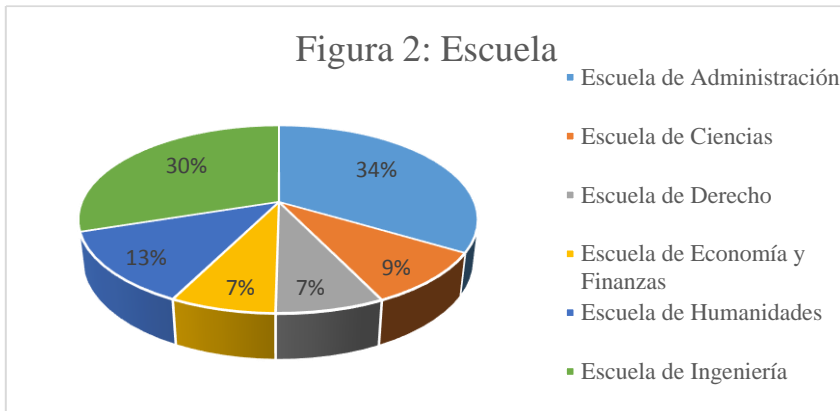


Figura 2. Escuela

1.4 SEMESTRE

Más del 55% de los estudiantes están entre los semestres 1 y 5 (Fig. 3).

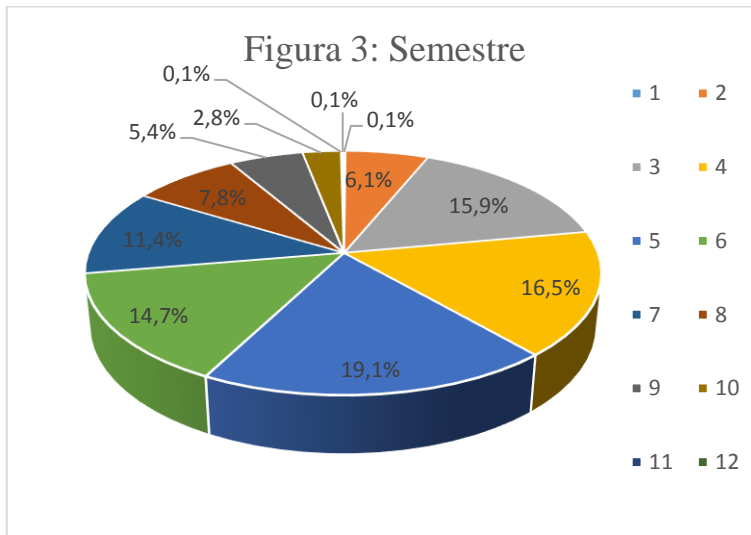


Figura 3. Semestre

1.5 GÉNERO

Durante la encuesta realizada en el año 2019 se observa una distribución equitativa entre el género de hombre y mujer, con un 51,6% en la participación de los hombres y 48,4% la participación por parte de las mujeres (ver Figura 4).

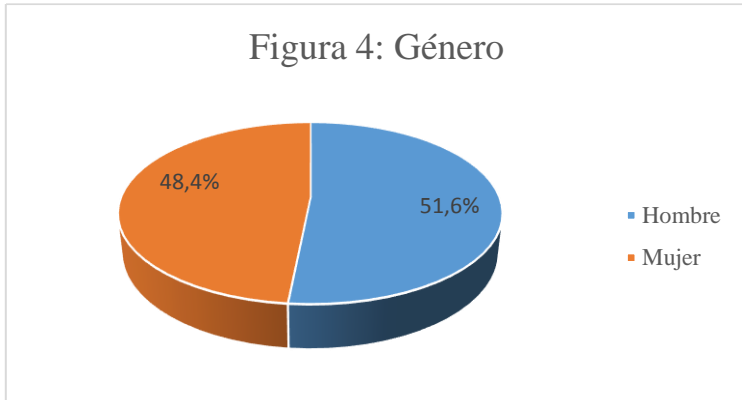


Figura 4. Género

1.6 EDAD

En la Figura 5, con un total de 892 apreciaciones, el promedio de la edad de los encuestados es de 20 años. El 25% de ellos tienen 19 años, mientras que el 81% de los participantes está en una edad de 18 a 21 años.

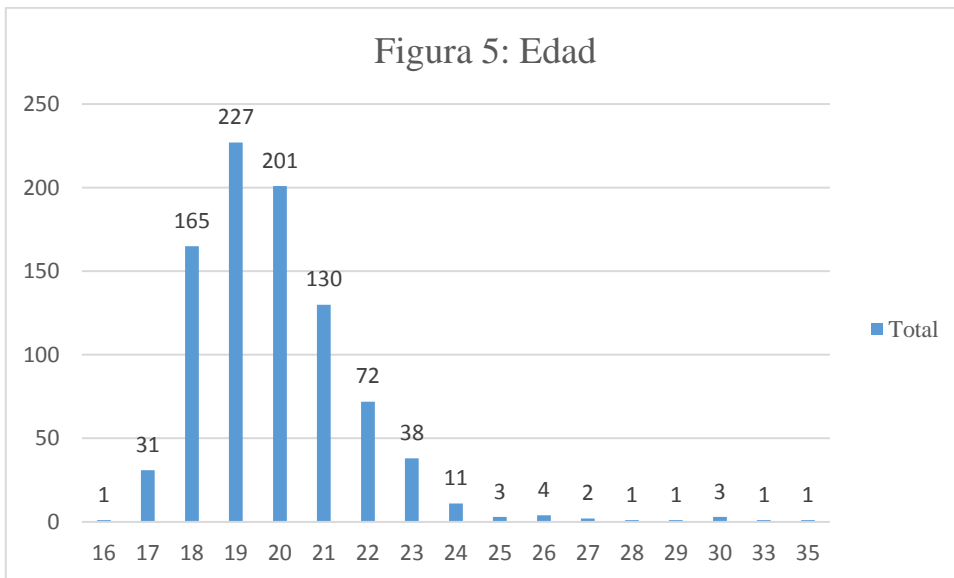


Figura 5. Edad

2. ENTORNO SOCIAL

Mide la aceptación de la actividad emprendedora en diversos entornos. Los encuestados calificaron su región o comunidad como el entorno con más favorabilidad hacia la actividad emprendedora con un 66% en la calificación de 5 a 7. Seguido por el núcleo familiar con aproximadamente 64% en la misma calificación (ver Figura 6).

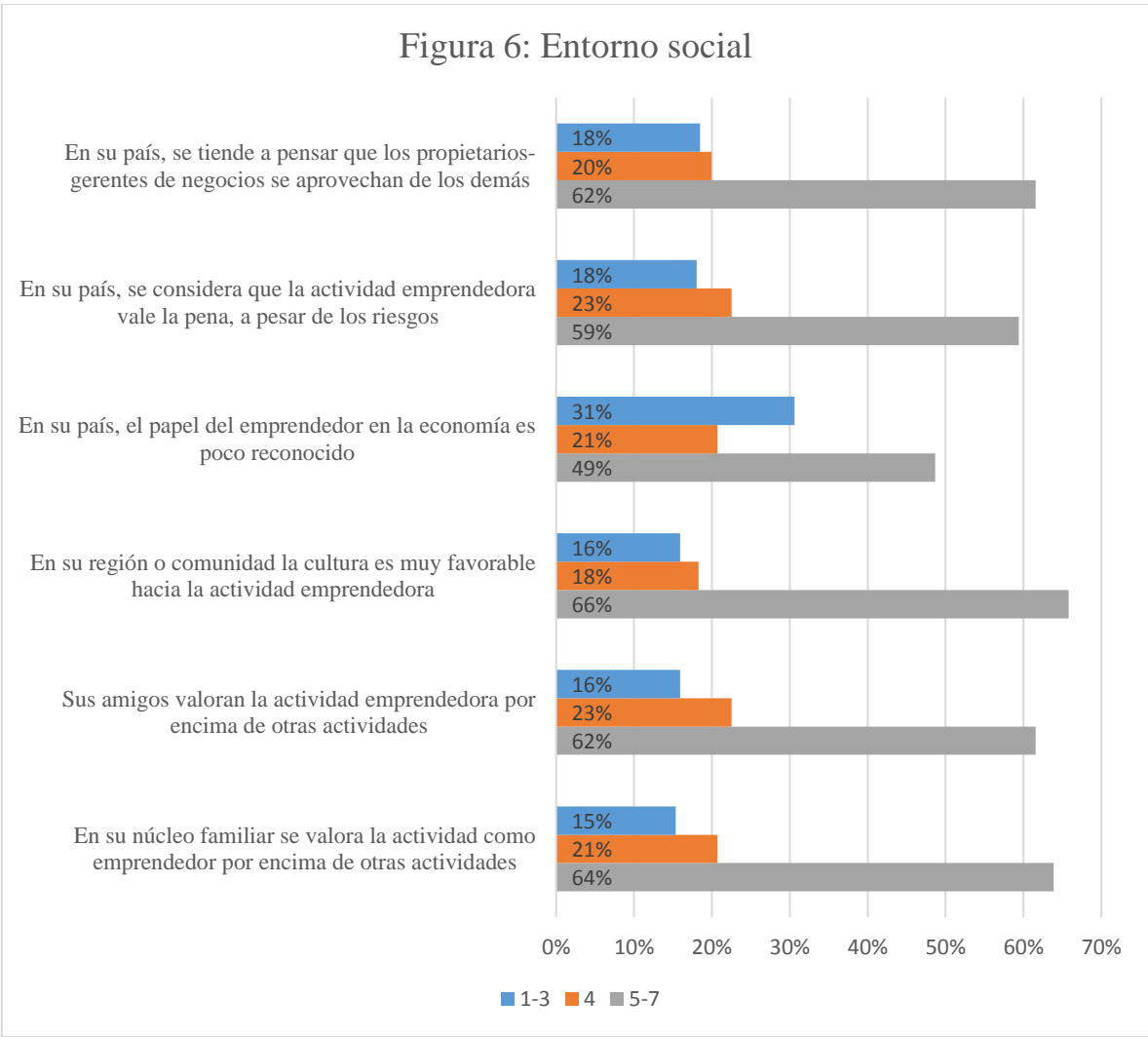


Figura 6. Entorno social

3. CARACTERIZACIÓN DEL INDIVIDUO

Se realizaron 17 preguntas relacionadas con la autoconfianza, la comunicación, la adaptabilidad, el conocimiento propio, entre otros, con el fin de caracterizar al individuo.

Los resultados encontrados son favorables, ya que 9 de las 17 preguntas arrojaron una aceptación superior al 80%, tres enunciados tuvieron una calificación inferior al 70% y uno de ellos tuvo una calificación inferior a 50% (ver Tabla 1).

Características personales	SI	NO
¿Frecuentemente tiene ideas originales y las pone en práctica?	44,62%	55,38%
¿Confía en sus capacidades a pesar de que cometa errores?	89,80%	10,20%
¿Cree firmemente que tendrá éxito en todo lo que se proponga hacer?	84,30%	15,70%
¿Está convencido de sus capacidades y aptitudes y sabe muy bien como explotarlas?	56,50%	43,50%
¿Se conoces a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?	74,10%	25,90%
¿Escucha la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a la propia?	95,07%	4,93%
¿Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión?	72,87%	27,13%
¿Frecuentemente encuentra soluciones rápidas y eficaces a los problemas?	75,34%	24,66%
¿Tiene persistencia en el logro de sus objetivos?	82,06%	17,94%
¿Considera que la perseverancia (constancia) es importante para llegar al éxito?	98,99%	1,01%
¿Le gusta trabajar para estar entre los mejores?	90,13%	9,87%
¿Le gusta trabajar en equipo para llegar a una mejor solución?	84,53%	15,47%
¿Tiene facilidad para comunicarse con otras personas?	78,14%	21,86%
¿Se adapta fácilmente a los cambios?	80,16%	19,84%
¿Ve posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hace?	57,74%	42,26%
¿Se considera una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles?	70,96%	29,04%
¿Opta por posiciones positivas ante los problemas y adversidades?	87,78%	12,22%

Tabla 1. Características personales

4. ADN INNOVADOR

Se indaga acerca de las 5 habilidades que componen el AND Innovador: asociar, cuestionar, observar, trabajar en red, experimentar; por medio de diferentes preguntas referentes a estas 5 categorías.

En la Figura 7, se evidencia que las habilidades relacionadas directamente con el entorno son las mejor valoradas. Así, la capacidad de observar presenta la puntuación más alta (78%) en la valoración de 5 a 7.

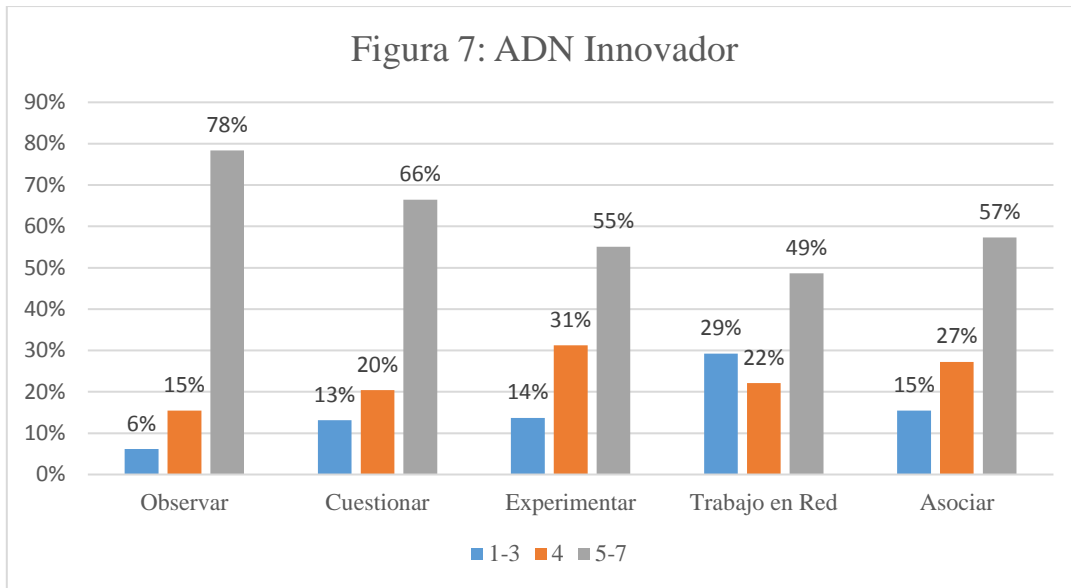


Figura 7. ADN Innovador

5. PROACTIVIDAD

El 75% de los encuestados tiende a planear con anticipación los proyectos, dando una calificación máxima de 5 a 7.

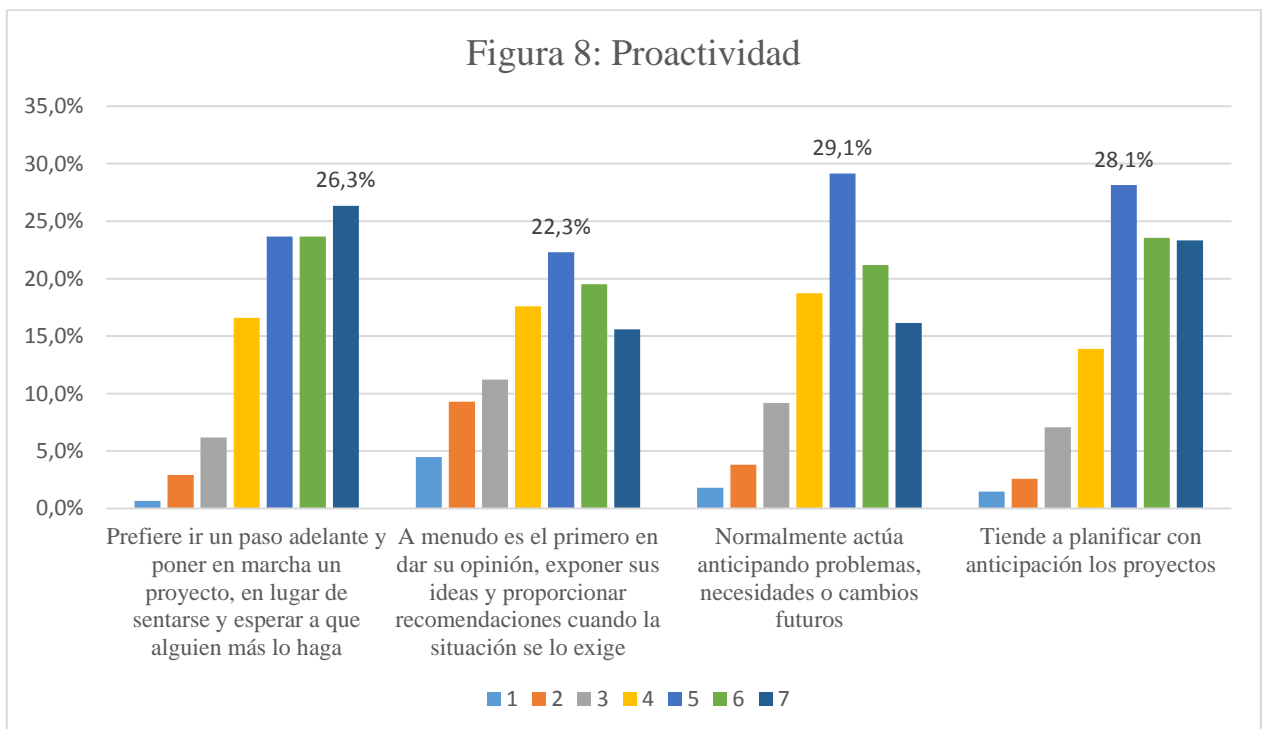


Figura 8. Proactividad

6. ESTIGMA SOCIAL Y MIEDO AL FRACASO

6.1 ESTIGMA SOCIAL

Se muestra la percepción del individuo con respecto a la opinión del fracaso en un contexto social. Así, como vemos en la Figura 9, los encuestados dan una mayor importancia a la opinión del núcleo social cercano, donde el 68% de los estudiantes le otorga mayor importancia a lo que la familia puede opinar acerca del fracaso, seguido de la sociedad y los amigos con un 46% y 43% de participación, respectivamente.

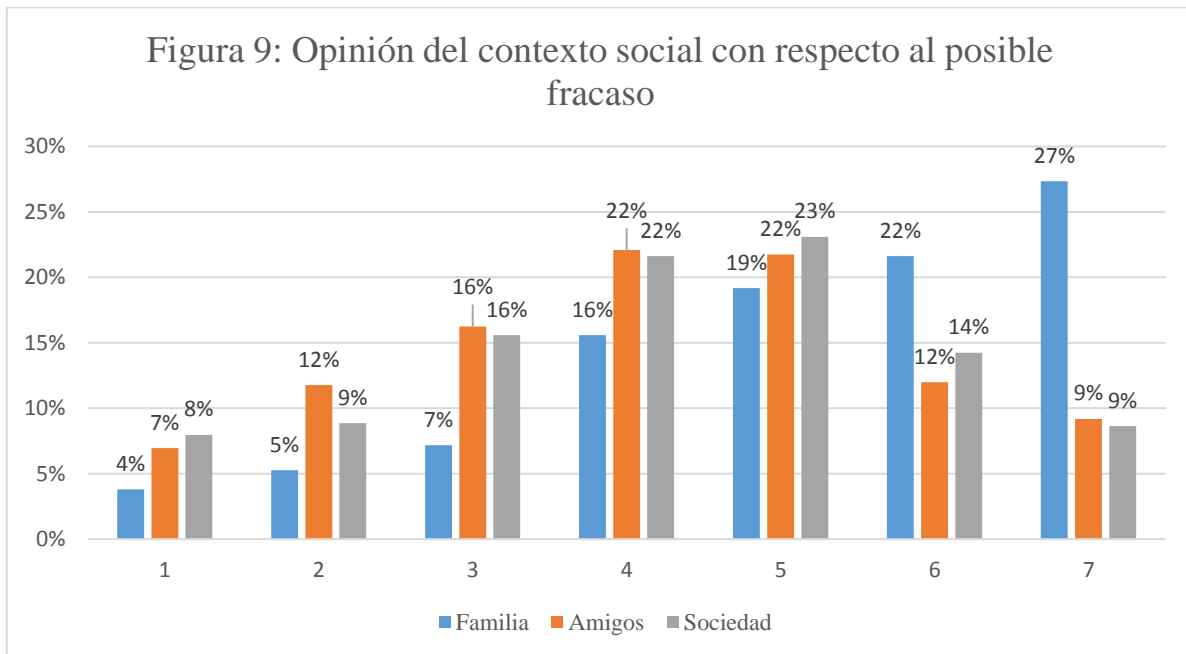


Figura 9. Estigma Social

6.2 MIEDO AL FRACASO

El 54,6% de los estudiantes piensan que el miedo a fracasar los frenaría a la hora de crear empresa. Sin embargo, el estigma social relacionado al fracaso no es un factor relevante que les impida iniciar un emprendimiento. Más bien, se ve el fracaso como una oportunidad para aprender, lo cual se puede ver con una aceptación del 97,8% (ver Figura 10).

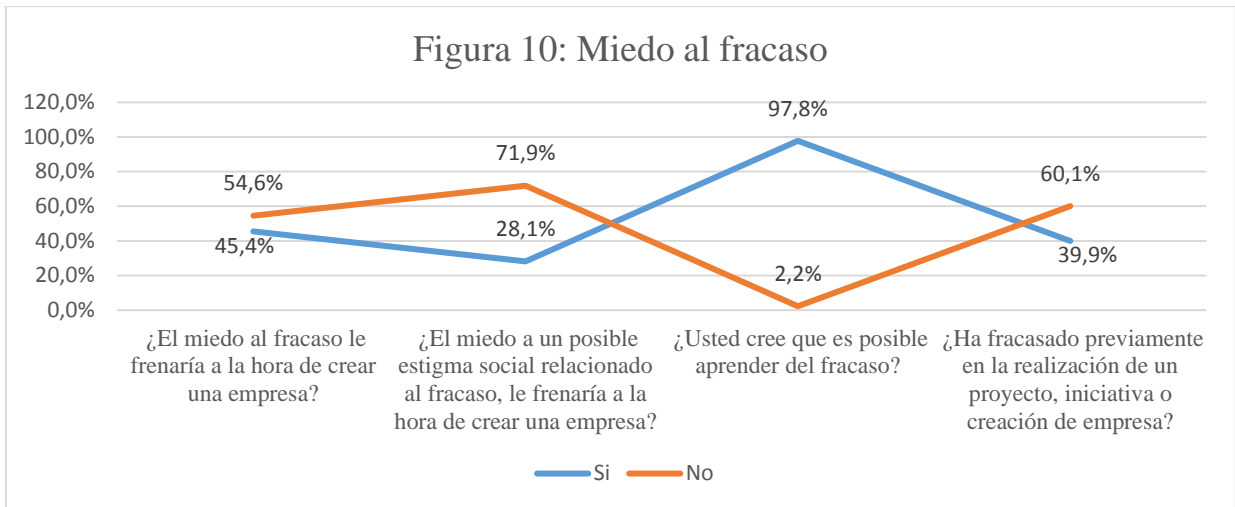


Figura 10. Miedo al Fracaso

7. EMPRENDIMIENTO

7.1 PROPENSIÓN HACIA EMPRENDER

Se puede observar en la Figura 11 que el 67% de los encuestados no tienen conocimiento de las diferentes alternativas de financiación.

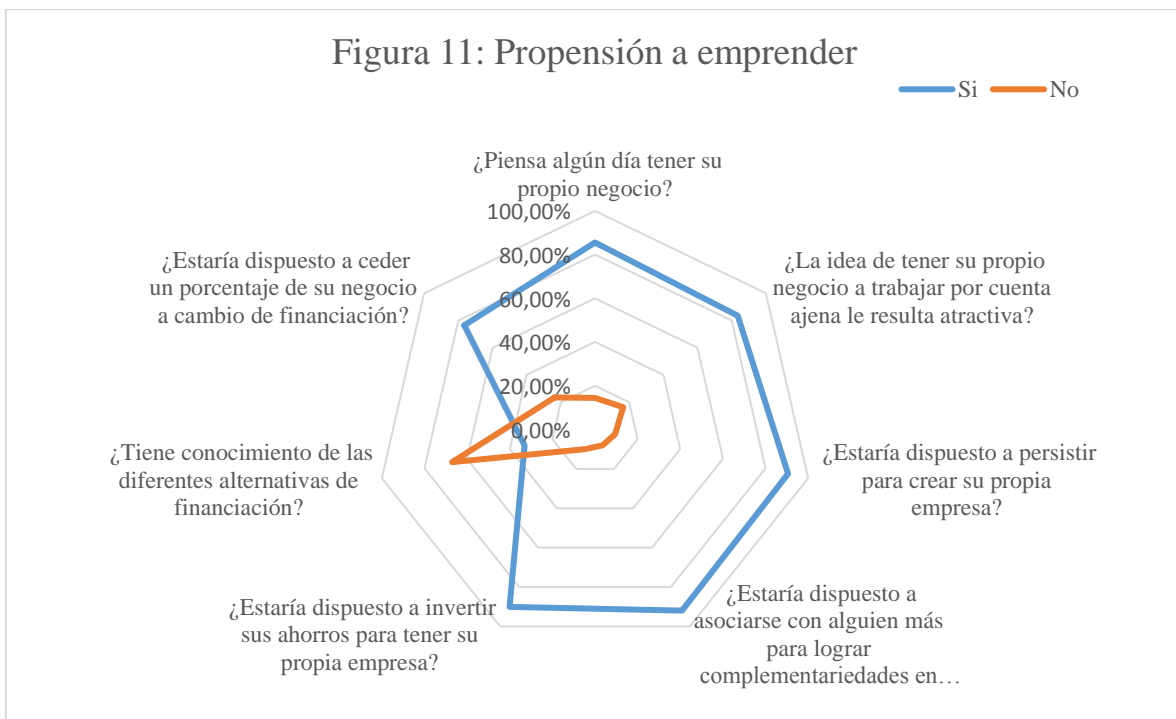


Figura 11. Propensión a Emprender

7.2 MOTIVACIONES DEL EMPRENDEDOR

Las principales motivaciones que impulsan a los estudiantes a emprender son la rentabilidad y la satisfacción personal, dándole a estas una puntuación máxima de 5 a 7 de 96% y 95% respectivamente. Por otro lado, se observa que los círculos cercanos y del entorno laboral tienen menor relevancia a la hora de motivar un emprendimiento (ver Figura 12).

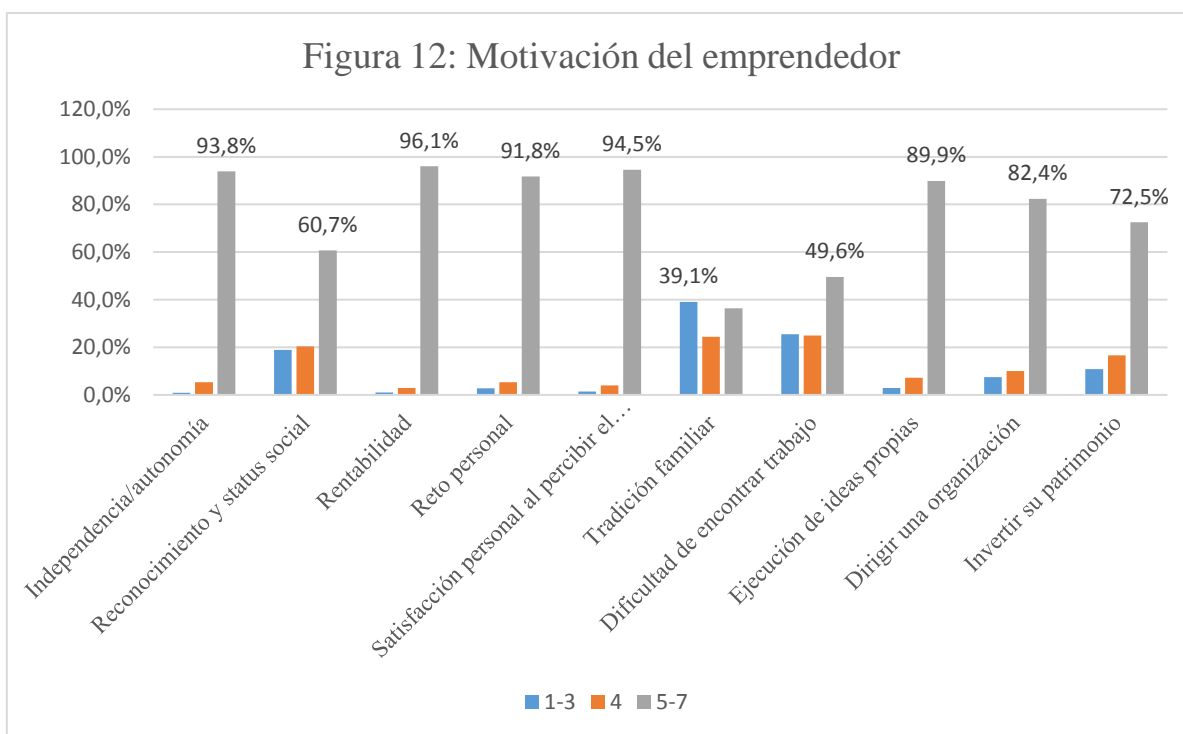


Figura 12. Motivación del Emprendedor

7.3 APOYO DE LA UNIVERSIDAD AL EMPRENDIMIENTO

El 73% de los estudiantes consideran que el apoyo de la Universidad al emprendimiento es visible y de fácil identificación, dándole una valoración entre 5 y 7.

Por otro lado, se ve la importancia del apoyo a la actividad emprendedora demostrado por una valoración de 5 a 7 con un 83% de aceptación (ver Figura 13).

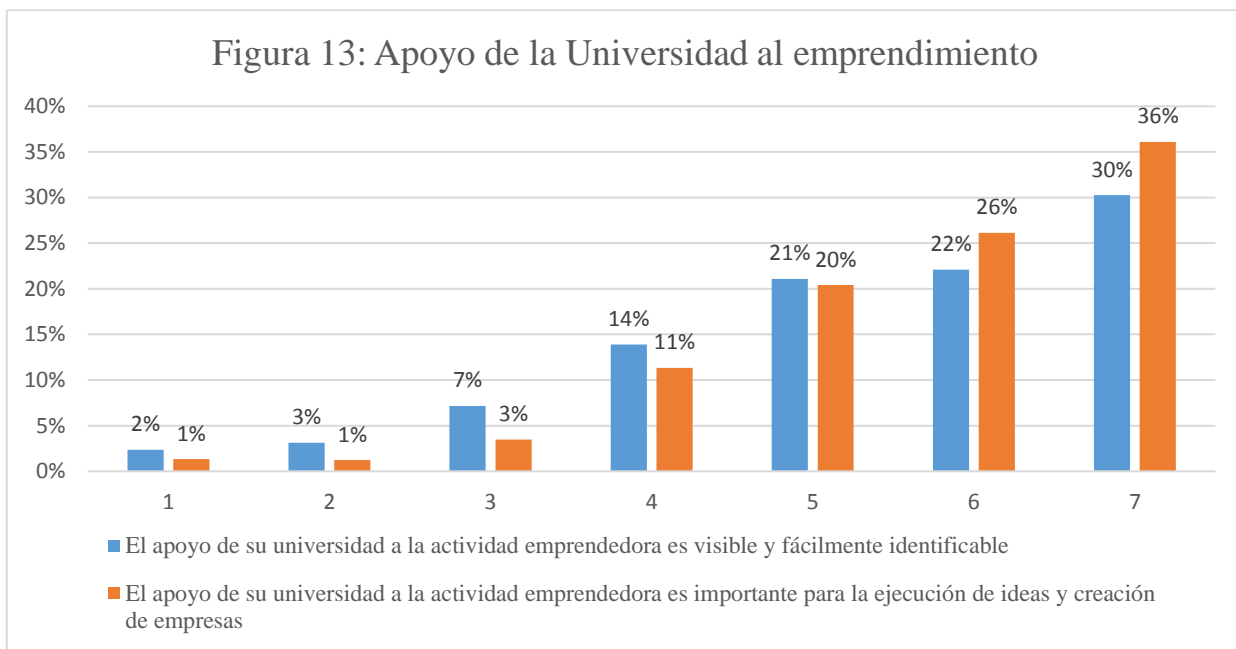


Figura 13. Apoyo de la Universidad

7.4 EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD

El 98% de los encuestados considera que desarrollar capacidades emprendedoras es positivo y hay un conocimiento por parte del 52% de los estudiantes, aproximadamente, acerca de casos exitosos de emprendimiento en la Universidad como se muestra en la Figura 14.

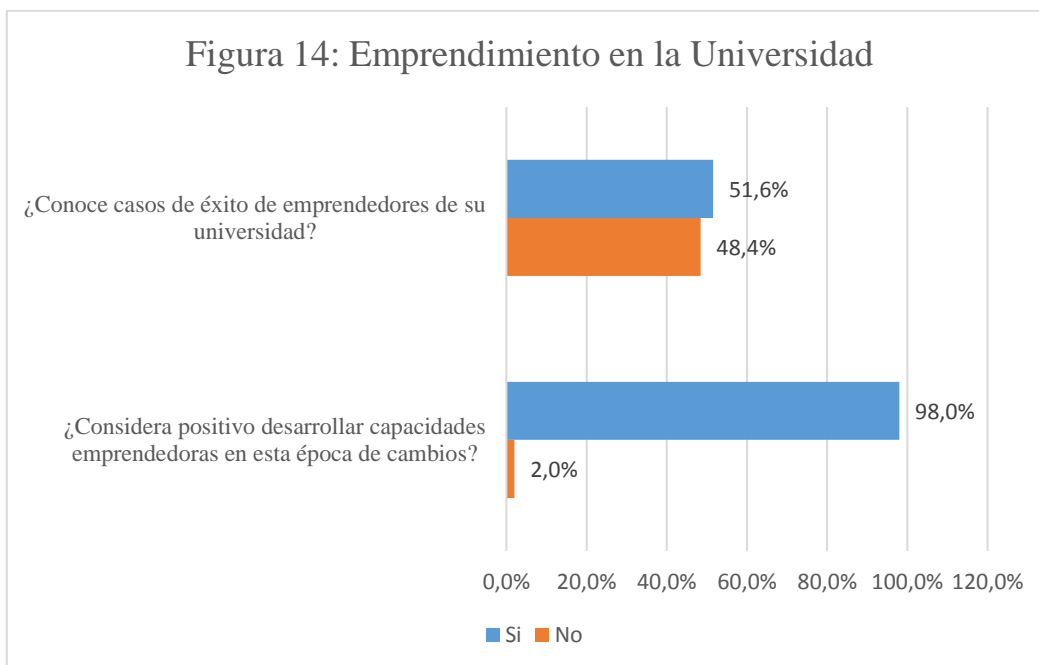


Figura 14. Emprendimiento en la Universidad

7.5 PERSPECTIVA HACIA EMPRENDER

Se puede observar que, entre varias opciones, 71,5% de los estudiantes prefieren ser emprendedores. Adicionalmente, un 86% de ellos comenzarían una empresa si tuvieran las oportunidades y los recursos (ver Figura 15).

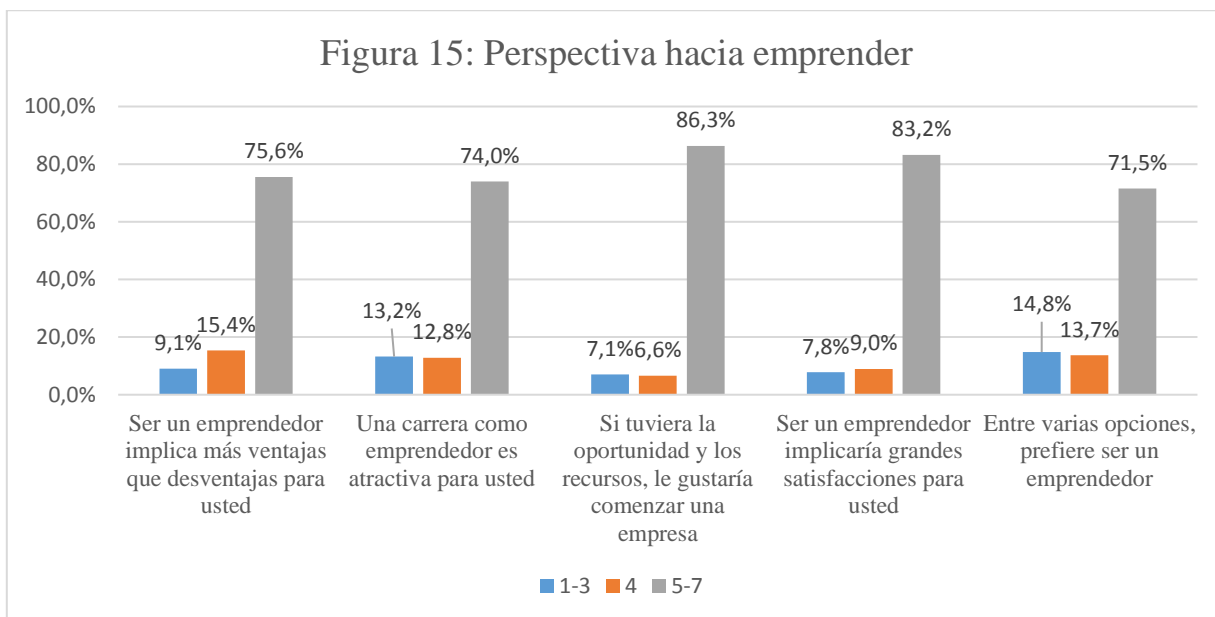


Figura 15. Perspectiva hacia Emprender

8. PERCEPCIÓN DE APROBACIÓN DEL ENTORNO CERCANO

Este apartado nos remite a la Figura 16, donde se pregunta sobre la percepción de los estudiantes sobre la aprobación de su entorno más cercano (familia, amigos y la sociedad) en caso de iniciar su propio negocio. Se puede apreciar que los estudiantes perciben en la familia es la esfera que más aprueba la iniciativa, seguida por los amigos y la sociedad, con un porcentaje de 95%, 92% y 88% respectivamente, en una calificación de 5 a 7.

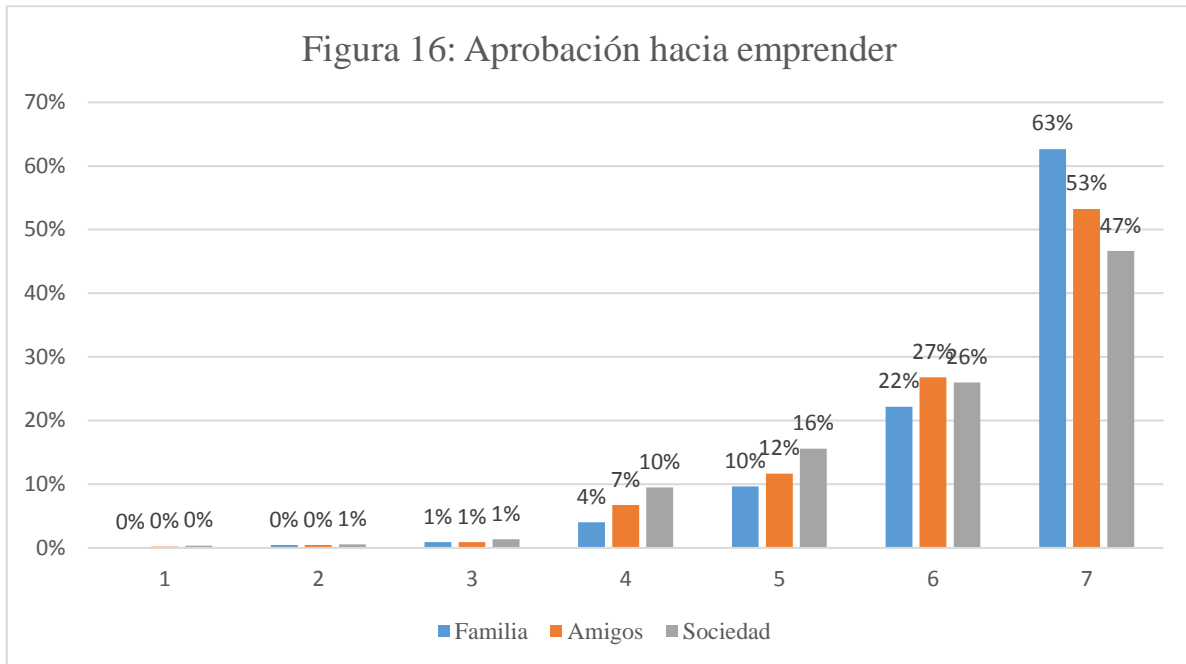


Figura 16. Aprobación hacia Emprender

9. CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

La capacidad de llevar a cabo exitosamente la actividad emprendedora que se proponga se entiende como el control percibido del estudiante sobre su comportamiento emprendedor. En este caso, se destacan dos aspectos importantes observados en el estudio. Primero, un considerable porcentaje de los estudiantes (54%) consideran que tendrían alta probabilidad de éxito si intentan empezar su propio negocio, bien como, consideran que iniciar o mantener funcionando un negocio sería fácil (47%). Segundo, por otro lado, la mayoría de los estudiantes (54%), no perciben que conocen los detalles prácticos necesarios para iniciar una empresa (ver Figura 17).

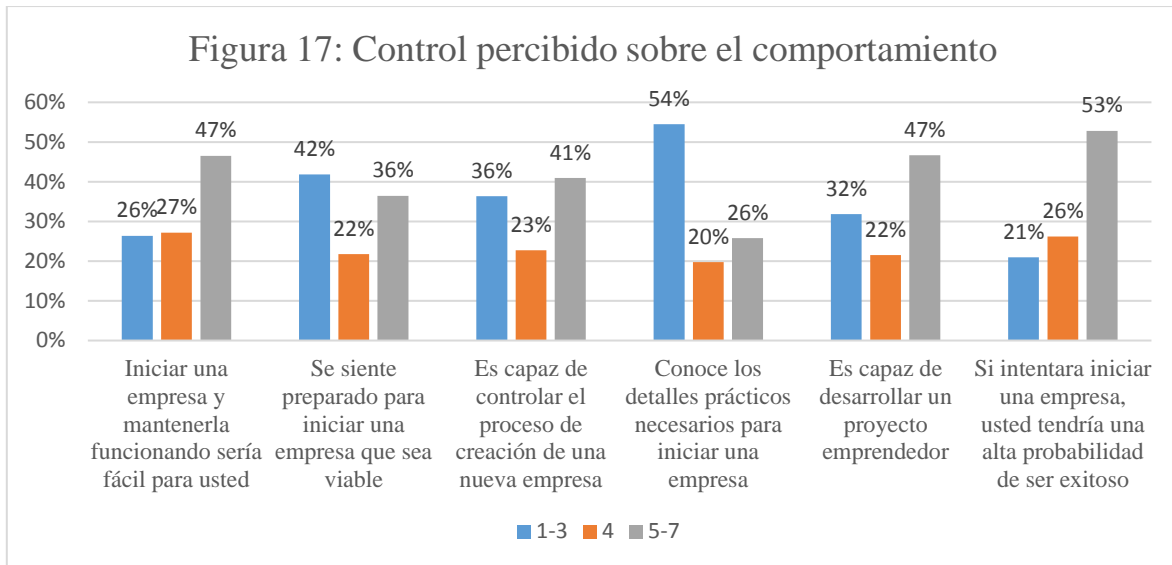


Figura 17. Control percibido sobre el comportamiento

10. BARRERAS EN LA CREACIÓN DE EMPRESA

En general, los encuestados califican las barreras como importantes en la creación de empresa, lo que sugiere que son conscientes de la necesidad de conocimiento y experiencias. Así, más del 65% de los estudiantes valoran estas barreras en un rango de 5 a 7 (ver Figura 18).

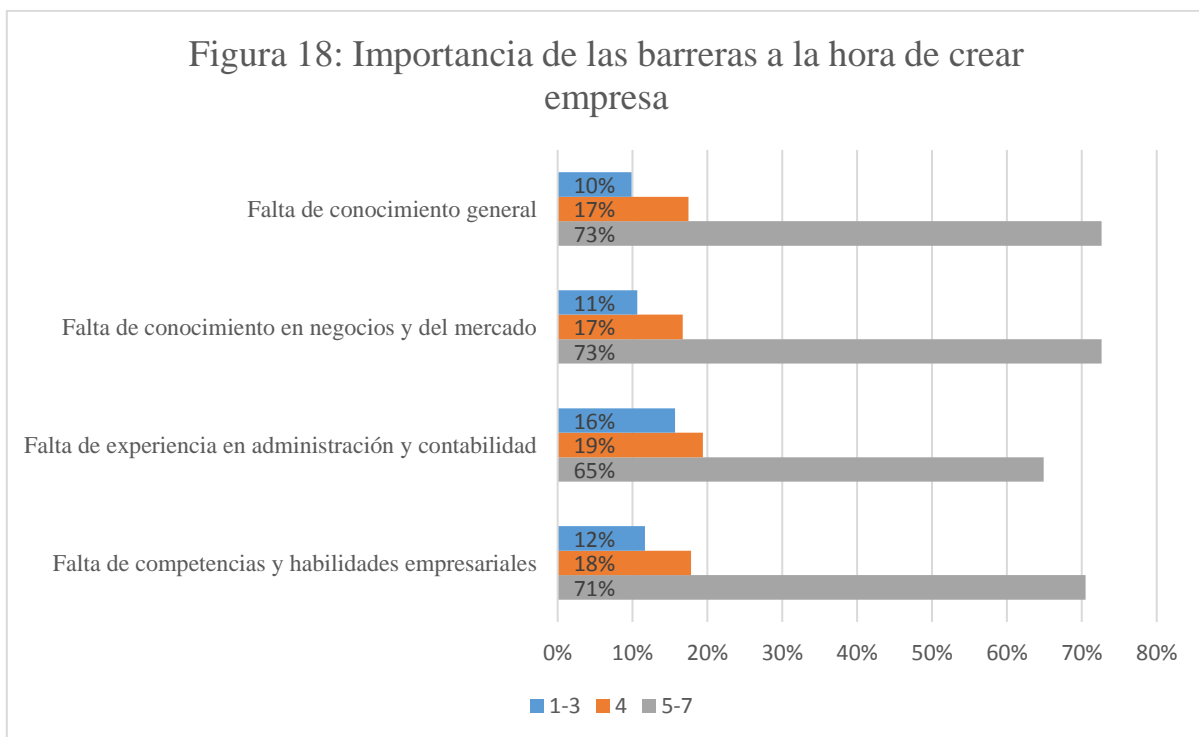


Figura 18. Importancia de las Barreras

11. INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO

La mayoría de las Escuelas tiene una puntuación máxima de 5 a 7, alineada con la intención emprendedora. La Escuela que mayor representación tiene es la escuela de Economía y Finanzas (72%), seguida por la Escuela de Administración y la Escuela de Ingeniería con un 69% y 60% respectivamente. Solo la Escuela de Ciencias difiere de las anteriores opiniones dándole la valoración más baja a este apartado de 1 a 3 con una participación del 43% en dicha escuela como se muestra en la figura 19.

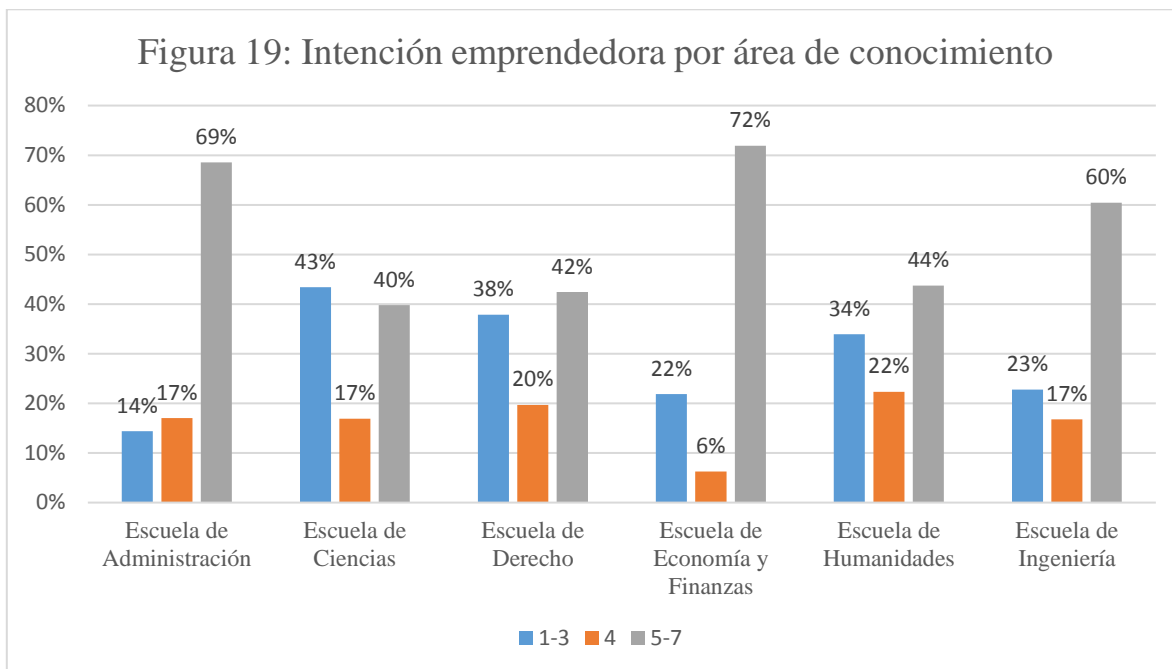


Figura 19. Intención Emprendedora

12. ASUNCIÓN DEL RIESGO

Se observa el nivel de asunción de riesgos en los estudiantes.

En primera instancia los alumnos revelan una alta propensión al riesgo, donde el 76% de los encuestados manifiestan una valoración igual y superior a 5 a creencias como “asumir riesgos es estimulante”.

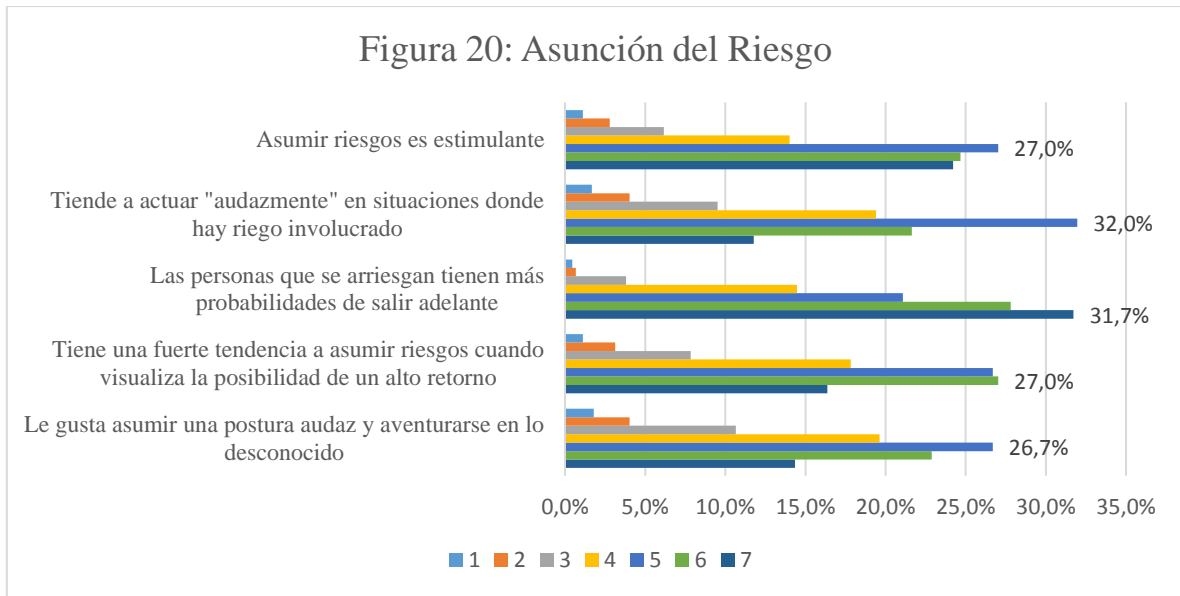


Figura 20. Asunción del Riesgo

13. TOMA DE RIESGOS

Este constructo evalúa la toma de riesgos de los encuestados y la percepción que tienen sobre dicho asunto en diferentes situaciones.

En la Figura 21 se plantea una situación en la que el encuestado cuenta con 100 millones de pesos para crear una empresa. Esta inversión puede representar, en el primer año de operaciones, ganancias por 20 millones de pesos o pérdidas por 10 millones de pesos, con un 50% de probabilidad en cada alternativa en una escala de 1 a 7, siendo 1 sin riesgo y 7 de muy alto riesgo.

Podemos observar que el 30% de los estudiantes está en un punto medio en la evaluación de la decisión a emprender en esta situación. Mientras que el 37% de los encuestados dan una calificación de alto riesgo correspondiente al rango entre 5 y 7.

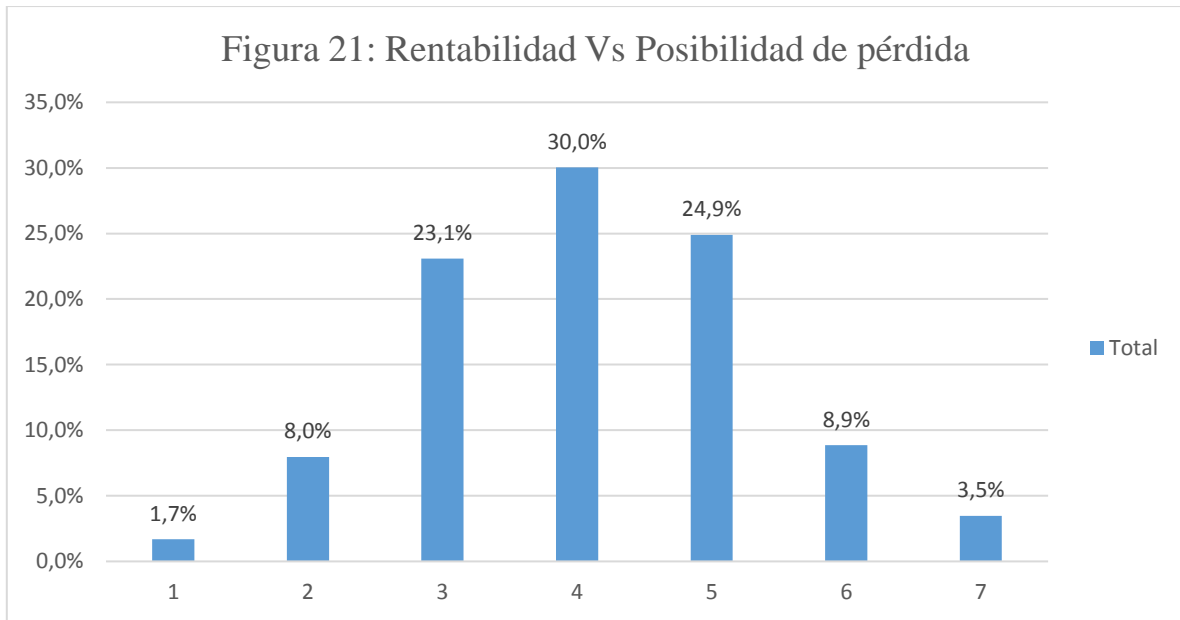


Figura 21. Rentabilidad vs Pérdida

En la siguiente gráfica (Figura 22), se considera una situación en la que se puede invertir los 100 millones de pesos mencionados en la creación de la empresa o en una alternativa libre de riesgo con una rentabilidad garantizada del 3%.

Se hace referencia al porcentaje que los encuestados están dispuestos a invertir en la creación de la empresa, mostrando una favorabilidad para invertir en la creación de la misma, donde el 55,9% de los estudiantes considera viable invertir desde 60% a 100% de los recursos en esta actividad.

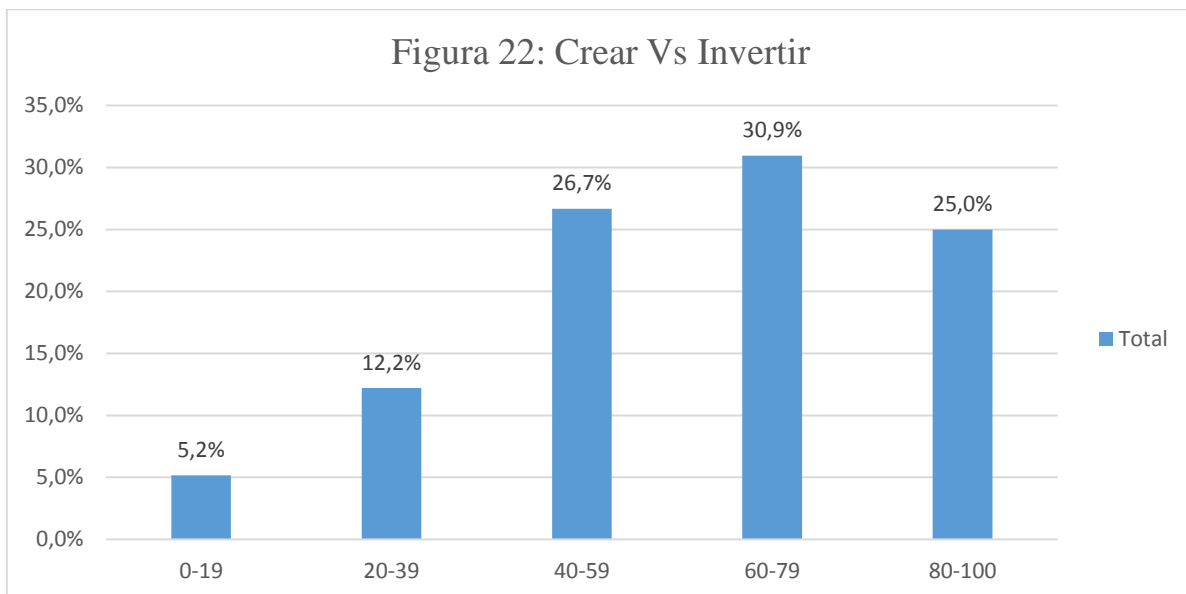


Figura 22. Crear vs Invertir

La siguiente situación, Figura 23, plantea nuevamente al encuestado unos recursos de 100 millones de pesos, los cuales son utilizados para crear una empresa, considerando que se puede duplicar la inversión o se puede perder todo con un 50% de probabilidad en cada alternativa.

Se pide una evaluación del riesgo de la decisión de emprender en una escala de 1 a 7, siendo 1 sin riesgo y 7 de muy alto riesgo.

Podemos concluir que se percibe esta decisión como muy riesgosa, demostrado por el alto porcentaje de estudiantes (88,8%) que calificaron este ítem en un rango de 4 a 7.

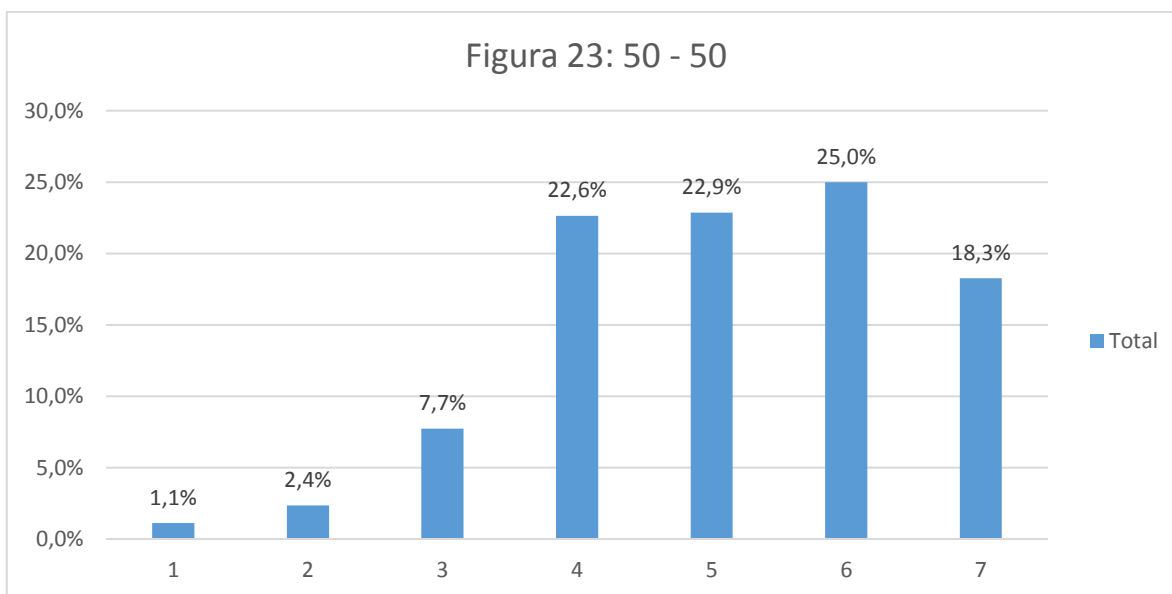


Figura 23. 50 - 50

14. DESPUÉS DEL CURSO DE INICIATIVA Y CULTURA EMPRESARIAL

Luego de ver por completo el curso transversal a todas las carreras y adquirir conocimientos relacionados con el emprendimiento y mecanismos para emprender los estudiantes mostraron una reacción positiva hacia el emprendimiento y las posibilidades de convertirse en emprendedores en el futuro. Así, como muestra la Figura 24, más del 65% de los estudiantes están de acuerdo con realizar un emprendimiento o hacer actividades relacionadas al emprendimiento.

Por otro lado, el 85% de los encuestados se sienten más preparados para asumir nuevos retos a pesar del nivel de riesgo.

Figura 24: Después de el curso Iniciativa y Cultura Empresarial

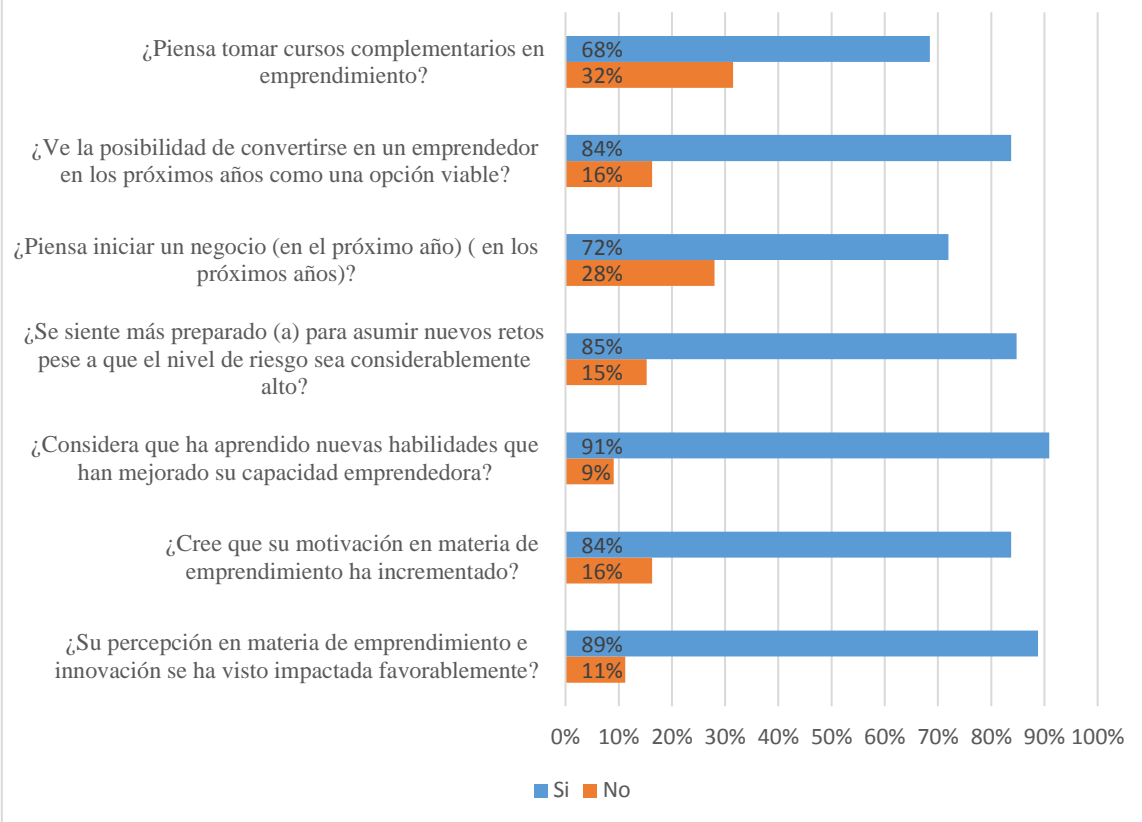


Figura 24. Después del curso

1. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este informe emerge como una descripción de las principales características que subyacen a la percepción en materia de emprendimiento de una muestra de estudiantes de la Universidad EAFIT vinculados a un curso de formación en emprendimiento. Este, permite avanzar en el entendimiento del comportamiento emprendedor al describir y explorar aquellos aspectos que configuran una mentalidad emprendedora, todo ello desde una mirada cognitiva a nivel individual.

Los resultados que son presentados a partir de varias etapas permiten dilucidar la valoración del individuo respecto a factores contextuales, cognitivo-motivacionales y de propensión, todos ellos enmarcados en el emprendimiento. En este sentido, los resultados en torno a factores contextuales sugieren una marcada valoración del emprendimiento en términos sociales donde una proporción significativa de la muestra perciben a la actividad emprendedora como una actividad reconocida, en particular para el núcleo social cercano. Esta situación está en línea con el apoyo que perciben los individuos respecto de la Universidad, pues reconocen en la misma un factor de impulso para llevar a cabo sus proyectos emprendedores.

Los resultados a nivel de factores cognitivo-motivacionales demuestran un elevado nivel de proactividad lo que a su vez se corresponde con un marcado ADN innovador. Particularmente lo estudiantes de la Universidad exhiben un elevado nivel de confianza en cuanto al inicio de un proyecto emprendedor, lo que se vincula con una motivación guiada hacia la exaltación personal al momento de emprender (independencia, rentabilidad, reto personal, satisfacción, reconocimiento, entre otros). En esta misma línea cognitiva se evidencia una alta propensión a asumir riesgos, lo cual ha sido una constante dentro de los estudiantes de la Universidad, y cuyo resultado se constata con su orientación a la toma de decisiones arriesgadas que derivan en alto nivel de rentabilidad. Respecto al fracaso los individuos ven en el mismo una oportunidad para aprender donde un alto porcentaje de los casos no lo consideran un limitante al momento de incurrir en la actividad emprendedora.

Finalmente, en materia de propensión los resultados indican una marcada intención emprendedora en particular para las áreas económicas-empresariales seguidas de las ingenierías. Así, estos individuos ven en la carrera emprendedora una acción potencial a futuro que trae consigo elevadas satisfacciones, así como ventajas a nivel personal. En miras de lograr dicho objetivo muchos de ellos desean asociarse, ceder un porcentaje de su negocio e invertir sus propios ahorros.

REFERENCIAS

- Arpiainen, R. L., & Kurczewska, A. (2017). Learning risk-taking and coping with uncertainty through experiential, team-based entrepreneurship education. *Industry and Higher Education*, 31(3), 143–155
- Bandera, C., Collins, R., & Passerini, K. (2018). Risky business: Experiential learning, information and communications technology, and risk-taking attitudes in entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 16(2), 224-238.
- Bayat. B, Akbarisomar. N, Ahmadzadeh.N & Salehiniya.H (2019). The relation between self-confidence and risk-taking among the students. *Journal of Education and Health Promotion*. 8.
- Campbell. R, Jeong. S & Graffin. S (2019). BORN TO TAKE RISK? THE EFFECT OF CEO BIRTH ORDER ON STRATEGIC RISK TAKING. *Academy of Management Journal*. Volumen 62. 1278-1306.
- Cheng. T, Lee. C & Lin. C (2020). The effect of risk-taking behavior on profitability: Evidence from futures market. *Economic Modelling*. Volumen 86. 19-38.
- Dawson & Henley (2015). Gender, Risk, and Venture Creation Intentions. *Journal of Small Business Management*. Volumen 53. 501-515.
- Florackis. C, Kanas. A, Kostakis. A & Sainani. S (2019). Idiosyncratic risk, risk-taking incentives and the relation between managerial ownership and firm value. *European Journal of Operational Research*. Volumen 283. 748-766
- Llanos-Contreras, O., Alonso-Dos-Santos, M., & Ribeiro-Soriano, D. (2019). Entrepreneurship and risk-taking in a post-disaster scenario. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-17.
- Martino. P, Rigolini. A & D'Onza. G (2020). The relationships between CEO characteristics and strategic risk-taking in family firms. *Journal of Risk Research*. Volumen 23. 95-116.
- Munyaradzy. T (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of innovation and Entrepreneurship*. Volumen 9. 1-20

- Strelnik. M (2014). Approving the ISDWIR Method of Risk Measurement in Making Risk Management Decision. *Métodos cuantitativos para la Economía y la empresa*. Volumen 17. 42-59
- Verheul. I, Block. J, Burmeister-Lamp. K, Thurik. R, Tiemeier. H & Turturea. R (2015). ADHD-like behavior and entrepreneurial intentions. *Small Business Economics*. Volumen 45. 85-101.
- Zhang, L., Zhang, C., & Shang, L. (2016). Sensation-seeking and domain-specific risk-taking behavior among adolescents: Risk perceptions and expected benefits as mediators. *Personality and Individual Differences*, 101, 299-305.