

**Estudio del espíritu emprendedor en estudiantes de administración de la
universidad del valle**

Paola Fernanda Agudelo Ante

Asesor

Juan Camilo Vega Guerrero

Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Maestría en Administración de Organizaciones

2024

Dedicatoria

A Dios, por ser mi guía y fuente de fortaleza, por iluminar mi camino y brindarme la sabiduría necesaria para superar cada desafío. Gracias por tu infinita bondad y por darme el coraje y la perseverancia para alcanzar mis metas.

A mis padres, por su amor incondicional, su apoyo constante y sus sacrificios. Ustedes han sido mi inspiración y mi roca. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación, y por creer en mí cuando más lo necesitaba.

A mi esposo, por su paciencia, comprensión y apoyo inquebrantable. Sin ti, este logro no habría sido posible.

A todos los que me han apoyado, amigos, familiares y mentores. Cada uno de ustedes ha dejado una huella en mi corazón y ha contribuido a la realización de este sueño.

Con gratitud y amor,

Paola Fernanda Agudelo Ante

Agradecimientos

A Dios, por ser mi guía. Gracias por iluminar mi camino y por brindarme el coraje y la perseverancia para superar cada desafío.

A mis padres, Gracias por sus sacrificios, por creer en mí y por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación.

A mi esposo, Gracias por estar a mi lado en cada paso de este camino, por tus palabras de aliento y por tu amor inagotable.

A mi director de tesis, Gracias por el tiempo dedicado, la guía y el apoyo brindado

A todos los que me han apoyado, amigos, familiares y mentores, gracias por sus palabras de ánimo, su ayuda desinteresada y su confianza en mis capacidades.

Con gratitud

Paola Fernanda Agudelo Ante

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo llevar a cabo un análisis del espíritu emprendedor de los estudiantes de administración de la universidad del Valle. Para llevar a cabo este estudio, se realizó una investigación cualitativa de tipo voluntario y por conveniencia. El diseño de la investigación fue de forma transversal, por medio de entrevistas estructuradas a 30 estudiantes de diferentes semestres en el periodo enero-junio del 2024.

Los datos fueron recolectados en grabaciones con la respectiva autorización del estudiante y posteriormente procesados en Microsoft Excel y Atlas.ti

Los resultados mostraron espíritu emprendedor positivo y significativo entre los estudiantes entrevistados.

Palabras clave: Espíritu emprendedor, Viabilidad, Deseabilidad, Actitud emprendedora, Esfuerzo personal, Generación de ideas.

Abstract

The objective of this work is to carry out an analysis of the entrepreneurial spirit among the business administration students at the University of Valle. To conduct this study, a qualitative, voluntary, and convenience-based research approach was utilized. The research design was cross-sectional, employing structured interviews with 30 students from different semesters during the period from January to June 2024.

Data were collected through recordings with the respective authorization of the students and subsequently processed using Microsoft Excel and Atlas.ti. The results showed a positive and significant entrepreneurial spirit among the interviewed students.

Keywords: Entrepreneurial spirit, Viability, Desirability, Entrepreneurial attitude, Personal effort, Idea generation.

Tabla de contenido

Introducción	20
Planteamiento del problema	23
Formulación del problema	26
Justificación	26
Objetivos	29
Objetivo General.....	29
Objetivos específicos	29
Marco Teórico	30
Antecedentes de la investigación	30
Bases Teóricas.....	39
<i>Espíritu emprendedor</i>	39
<i>Comportamiento Emprendedor</i>	42
<i>Componentes o atributos del espíritu emprendedor</i>	44
<i>Formación del Espíritu emprendedor</i>	46
Métodos y materiales	48
Metodología.....	48
Instrumentos.....	49
Datos y Resultados	57

Características de los Participantes.....	57
Análisis	60
❖ Generación y Ejecución de Ideas (<i>Identificación de oportunidades o necesidades en el mercado - Innovación y creatividad</i>)	62
❖ Motivación y Propósito	64
❖ Recursos y Apoyo (<i>Falta de recursos y capital - financiamiento</i>).....	67
❖ Autoevaluación (<i>Percepción de capacidades y habilidades relacionadas con el espíritu emprendedor</i>)	70
❖ Experiencias personales.....	73
• Interacción de las dimensiones del espíritu emprendedor	75
Conclusión.....	78
Recomendaciones.....	81
Referencias	84
ANEXOS.....	89

Lista de tablas

Tabla 1: Preguntas Generales de la encuesta	52
Tabla 2: Dimensiones de estudio y preguntas relacionadas.....	53
Tabla 3: Edad de los estudiantes participantes	58
Tabla 4: Estado civil de los estudiantes participantes.....	58
Tabla 5: Personas a cargo de los estudiantes participantes.....	58
Tabla 6: Género de los estudiantes participantes	59
Tabla 7: Círculo familiar de los estudiantes participantes	59
Tabla 8: Círculo social de los estudiantes participantes	59
Tabla 9: Resumen de resultados: contenidos comunes a nivel de creencias y prácticas para cada dimensión de emprendimiento social.....	61

Nota: La lista inicia en página nueva.

Lista de graficas

Figura 1: . Red de Variables de las dimensiones Propuestas	76
--	----

Introducción

El espíritu emprendedor es una cualidad fundamental que impulsa la innovación y el desarrollo económico en todo el mundo. En el contexto universitario, comprender y evaluar el nivel de espíritu emprendedor entre los estudiantes de administración de empresas adquiere una relevancia particular, ya que estos futuros profesionales tienen el potencial de convertirse en agentes de cambio y desarrollo empresarial en sus comunidades(Jena, 2020).

El espíritu emprendedor y el emprendimiento en Colombia son elementos fundamentales para el desarrollo económico y social del país. En los últimos años, Colombia ha visto un crecimiento significativo en la cultura emprendedora, impulsado por diversas iniciativas tanto del sector público como privado.

Por ejemplo, la implementación de leyes como la Ley 1014 de 2006 que facilitan la creación de empresas y buscan fortalecer las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) a través de la educación y la creación de vínculos entre el sector educativo y el empresarial. Esta legislación busca establecer lazos entre el sector educativo y el empresarial mediante la creación de empresas innovadoras. De este modo, el gobierno colombiano pretende incentivar la educación empresarial, permitiendo que los jóvenes estudiantes puedan planificar y gestionar sus proyectos emprendedores a través de las diversas entidades e instituciones vinculadas a las redes regionales de emprendimiento(Hémbuz Falla et al., 2020).

Las universidades colombianas desempeñan un papel crucial en el sistema educativo nacional, ya que son las encargadas de fomentar la educación empresarial, que no solo busca motivar a los actuales empresarios, sino también promover la creación efectiva de nuevas empresas. Por tal razón, se están implementando programas y estudios que refuerzan las

habilidades empresariales de los estudiantes, contribuyendo así a los objetivos nacionales de crecimiento económico y reducción del desempleo(Hémbuz Falla et al., 2020).

Esta investigación se centra en analizar el nivel del espíritu emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad del Valle, Colombia. El objetivo principal es evaluar las actitudes, habilidades y disposiciones emprendedoras presentes en esta población estudiantil, con el propósito de identificar los factores que impulsan o limitan el desarrollo del espíritu emprendedor en el ámbito académico.

El presente estudio contribuirá al entendimiento del espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios, proporcionando información valiosa y ayudar en futuras investigaciones que podrían guiar iniciativas educativas y políticas para fomentar y apoyar el desarrollo empresarial en el contexto académico y más allá.

Este trabajo está organizado en seis capítulos que abordan de manera sistemática los diferentes aspectos de la investigación:

En el Capítulo I, se presenta el planteamiento del problema, donde se describe la problemática que motiva este estudio, se exponen los objetivos que se persiguen y se ofrece la justificación del trabajo.

El Capítulo II corresponde al Marco Teórico, donde se exponen los antecedentes de la investigación, incluyendo trabajos relacionados y teorías fundamentales que sustentan el estudio.

En el Capítulo III, se detalla la metodología empleada, describiendo el diseño metodológico adoptado, la población y muestra estudiada, la técnica utilizada para la recolección de datos, así como el procesamiento de la información. Además, se describe el modelo empleado en el diseño del cuestionario utilizado para las entrevistas.

El Capítulo IV, se centra en la presentación de los datos y resultados obtenidos durante la investigación, incluyendo información general relevante sobre los estudiantes participantes. En el Capítulo V, se lleva a cabo la discusión o análisis de los resultados obtenidos, donde se evalúan y contextualizan los hallazgos de la investigación en relación con la literatura revisada y los objetivos planteados.

El Capítulo VI comprende las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, resumiendo los principales hallazgos y proponiendo acciones futuras.

Finalmente, se incluyen las fuentes bibliográficas consultadas y referenciadas a lo largo del trabajo, así como los anexos correspondientes que complementan la información presentada en el documento.

Planteamiento del problema

El emprendimiento se ha reconocido como un motor crucial para el desarrollo económico y social de los países. La capacidad de generar nuevas empresas no solo contribuye a la creación de empleo, sino que también impulsa la innovación, mejora la competitividad y fomenta el desarrollo sostenible. En este contexto, el espíritu emprendedor emerge como una cualidad esencial que debe ser cultivada y promovida, especialmente entre los jóvenes, quienes representan el futuro de cualquier nación (Ramírez et al., 2014).

Como consecuencia, el desarrollo del espíritu emprendedor se ha convertido en un objetivo clave en la educación superior, ya que se reconoce su importancia para preparar a los futuros profesionales ante los desafíos corporativos y fomentar la innovación en el entorno empresarial. La inversión en el desarrollo de habilidades emprendedoras entre la población joven no solo fortalece la capacidad individual para generar ingresos, sino que también contribuye al crecimiento económico a nivel macro.

Para las universidades, es importante fomentar el espíritu emprendedor de los estudiantes, sin embargo y a pesar de su relevancia, existe una carencia de información sólida sobre las actitudes, competencias y perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas a nivel de Latinoamérica (Ochoa-Jiménez et al., 2020) y puntualmente en este caso a nivel de Colombia. Esta falta de conocimiento obstaculiza la implementación de enfoques educativos adecuados y personalizados, así como la efectividad de los programas y políticas de fomento empresarial.

En Colombia, el fomento del emprendimiento adquiere una relevancia particular debido a los desafíos económicos y sociales que enfrenta el país. La promoción del espíritu emprendedor

puede desempeñar un papel significativo en la reducción del desempleo juvenil, la inclusión económica y la diversificación de la economía. La importancia del emprendimiento en Colombia reside en la capacidad que tienen las pymes para crear empleo y ser un motor de la economía; prueba de ello es que el 80 % del empleo nuevo es generado por el 10 % de los proyectos emergentes de emprendimiento, en la mayoría de los casos pymes (Córdoba & Díaz, 2022).

Las universidades, como centros de formación y conocimiento, tienen una responsabilidad y una oportunidad única para cultivar este espíritu emprendedor. En particular, Las universidades públicas que desempeñan un papel fundamental en la preparación de futuros líderes y emprendedores(Hémbuz Falla et al., 2020). Por tal razón, existe una necesidad apremiante de estudiar y comprender mejor el estado actual del espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios colombianos.

Según los Resultados del Proyecto GUESSS, 2018, se encontró que los estudiantes universitarios colombianos presentan una intención de emprender de nivel medio-alto, con una puntuación de 5,6 en una escala del 1 al 7. No obstante, esta intención de emprender se manifiesta principalmente a largo plazo, lo cual puede atribuirse a la falta de educación formal en temas de emprendimiento. Solo el 39,5% de los encuestados indicó haber asistido a al menos un curso optativo de emprendimiento durante su formación universitaria, y el 28,7% mencionó que cursaron una asignatura de emprendimiento porque era un requisito académico (Martins et al., 2019).

Esto evidencia que las estrategias de las instituciones de educación superior para apoyar la creación de empresas mediante la formación no son suficientes, ya que los jóvenes no están recibiendo la educación formal necesaria para convertirse en emprendedores con los

conocimientos adecuados para asegurar la sostenibilidad de sus negocios a largo plazo (Martins et al., 2019). Lo anterior es preocupante, porque de acuerdo con Asobancaria (2018), de cada 100 mipymes en Colombia, 43 se mantienen en pie después de 5 años de operación, tasa que resulta significativamente baja en comparación con otros países en el orden internacional (Pitre-Redondo et al., 2020).

Esto plantea la pregunta de si los programas y recursos actuales son adecuados y efectivos en la promoción del espíritu emprendedor. Además, es crucial identificar las barreras que los estudiantes enfrentan y las oportunidades que pueden ser aprovechadas para fortalecer sus capacidades emprendedoras.

Por lo tanto, el presente estudio se centra en analizar el espíritu emprendedor en los estudiantes de Administración de la Universidad del Valle, con el fin de evaluar la efectividad de los programas de emprendimiento actuales y proponer estrategias para mejorar su impacto y tener un punto de referencia de una de las universidades públicas más grandes e importantes de la región. Se investigarán las percepciones, actitudes y habilidades emprendedoras de los estudiantes, así como el papel de la universidad en la creación de un entorno propicio para el emprendimiento.

Este análisis es fundamental para entender cómo las instituciones educativas pueden optimizar su contribución al desarrollo económico y social del país a través del fomento del espíritu emprendedor. Al invertir tiempo y recursos en la promoción del emprendimiento, especialmente entre los jóvenes, se pueden generar beneficios significativos no solo a nivel individual, sino también para la sociedad en su conjunto. La Universidad del Valle, al potenciar el espíritu emprendedor de sus estudiantes, tiene la oportunidad de ser un catalizador clave en este proceso transformador.

Formulación del problema

En este contexto, es necesario plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el nivel del espíritu emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la universidad del Valle?

El análisis detallado de este nivel de espíritu emprendedor es parte de un estudio que permitirá obtener un punto de referencia, identificar fortalezas y áreas de mejora, así como desarrollar políticas educativas estratégicas y pedagógicas para la institución adaptadas a las necesidades y características de los estudiantes de administración de empresas.

Justificación

La promoción del espíritu emprendedor se ha convertido en un objetivo fundamental en la educación superior, ya que se reconoce su importancia para formar profesionales capaces de enfrentar los desafíos empresariales y fomentar la innovación. Es esencial que los estudiantes de administración desarrollen habilidades emprendedoras, actitudes y competencias que les permitan identificar oportunidades, tomar decisiones estratégicas y generar valor en el ámbito empresarial.

La formación emprendedora en las instituciones educativas puede tener un impacto en espíritu emprendedor, pero este efecto puede variar según las características individuales de cada persona. Por lo tanto, realizar una evaluación previa a los estudiantes puede ser relevante para brindarles herramientas útiles durante su proceso formativo (Soria-Barreto et al., 2016).

A pesar de la relevancia del espíritu emprendedor en la formación de futuros profesionales, existe una falta de información sólida en América latina. En un estudio realizado por Araya Pizarro (2021), realizan un análisis documental en diferentes bases de datos, donde

seleccionan 80 artículos relevantes y tan solo el 2% era del continente americano.

Se hace evidente la disparidad en términos de investigación y educación emprendedora en Latinoamérica en comparación con otros países. Esto se refleja claramente en la baja productividad de material investigativo y la limitada educación en emprendimiento (Ochoa-Jiménez et al., 2020), lo cual es un poco desalentador, ya que las variables demográficas y la educación son factores determinantes de la intención emprendedora de una persona (Fayolle & Gailly, 2015). Esta carencia de datos empíricos limita la capacidad de la institución para diseñar enfoques educativos adecuados y personalizados, así como para evaluar y mejorar los programas y políticas de fomento empresarial.

Colombia es el séptimo país de Latinoamérica que cuenta con los requisitos de demanda para el emprendimiento, además de contar con un capital humano idóneo para ello (Córdoba & Díaz, 2022). Una combinación que debe ser aprovechada, pues el emprendimiento es un elemento fundamental para el crecimiento económico de una región, como impulsor de la generación de empleo, lo cual conduce a una mayor disponibilidad de oportunidades laborales y, en consecuencia, a un mejor nivel de bienestar económico para la población (Soria-Barreto et al., 2016), así que es crucial investigar e impulsar los factores determinantes para su desarrollo (Araya Pizarro, 2021).

Entre el año 2000 y el 2013, Colombia tuvo un índice de exportaciones superior al de importaciones. Sin embargo, a partir de 2013, comenzó a importar más de lo que exportaba. Este cambio sumado a la pandemia, a los resultados negativos del producto interno bruto, a las tasas de desempleo, la economía mundial, conflictos internos y externos, dificultades políticas, entre otros; podría explicar en parte la devaluación de la moneda colombiana y un panorama económico desalentador en los últimos años (Córdoba & Díaz, 2022). Cabe resaltar que para el

2022 el empleo y el crecimiento económico fueron positivos comparado con años anteriores(Zamudio, 2023)

Para abordar este problema, el emprendimiento se presenta como una solución viable. Según el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento (Kantis et al., 2018), un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo, Colombia ocupa el primer lugar en capital humano emprendedor de la región y el puesto número 15 a nivel internacional, compitiendo con países del primer mundo. Esto se debe a la cultura emprendedora del país y a la disposición de sus ciudadanos para hacer esfuerzos adicionales con el objetivo de crear empresas(Zamudio, 2023).

Este proyecto tiene como objetivo llenar esta brecha de conocimiento, proporcionando datos empíricos sobre las actitudes, competencias y perfil emprendedor de los estudiantes de administración en ambos contextos y obtener información valiosa para el diseño de estrategias educativas y políticas de fomento empresarial adaptadas a las necesidades y características de cada grupo de estudiantes, de esta forma se identifica cual el nivel del espíritu emprendedor, qué competencias pueden ser trabajadas y qué interés muestra la comunidad estudiantil en desarrollarlas. Al comprender y evaluar de manera precisa el nivel de espíritu emprendedor, será posible identificar fortalezas y áreas de mejora en la formación académica e incluso servir como insumo para otras investigaciones y mejorar los propósitos misionales de las universidades.

En última instancia, los resultados obtenidos a partir de este proyecto pueden brindar información que permitirá analizar, de qué forma, la universidad puede contribuir al mejoramiento de la calidad de la educación en el campo de la administración, al fortalecimiento de las habilidades emprendedoras de los futuros profesionales y a la promoción de la cultura emprendedora en el ámbito universitario.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el nivel del espíritu emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la universidad del Valle

Objetivos específicos

Evaluar el espíritu emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la universidad del Valle

Identificar los atributos y componentes del espíritu emprendedor

Marco Teórico

Antecedentes de la investigación

Investigaciones internacionales

A lo largo del tiempo, las investigaciones internacionales sobre el espíritu emprendedor han evolucionado significativamente, reflejando cambios en las perspectivas teóricas y en las metodologías utilizadas. Inicialmente, los estudios se centraban en las características individuales de los emprendedores. Este enfoque psicológico buscaba identificar rasgos específicos que diferenciaban a los emprendedores exitosos de la población general. En las décadas siguientes, la investigación comenzó a incorporar modelos más complejos que consideraban el contexto y las circunstancias que facilitan o dificultan el emprendimiento.

La investigación de David McClelland sobre la motivación de logro, desarrollada en 1961 "The Achieving Society", es un hito importante en el campo de la psicología y ha tenido una influencia significativa en el estudio del emprendimiento. McClelland, un psicólogo de la Universidad de Harvard, propuso la teoría de las necesidades humanas, que incluye tres necesidades principales: logro, poder y afiliación. De estas, la necesidad de logro es particularmente relevante para entender el comportamiento emprendedor.

En este libro, McClelland presenta su teoría sobre la necesidad de logro y cómo esta influye en el desarrollo económico y el comportamiento emprendedor. Su investigación abarca estudios transculturales y examina cómo la motivación de logro impacta la productividad y el crecimiento económico de diferentes sociedades (Davis & McClelland, 1962).

La teoría de la motivación de logro de McClelland ha sido aplicada ampliamente en el campo del emprendimiento para entender por qué ciertas personas están más inclinadas a iniciar y

desarrollar negocios exitosos. Su trabajo proporciona una base psicológica para entender por qué algunas personas tienen una mayor propensión a emprender.

El Entrepreneurial Event Model (EEM), propuesto por Albert Shapero en 1982, es uno de los modelos más influyentes en el estudio del emprendimiento. Este modelo se centra en los factores que influyen en la decisión de una persona para iniciar un negocio y sugiere que la decisión de emprender se basa en tres elementos clave: la percepción de deseabilidad, la percepción de viabilidad y la propensión a actuar (Shapero, 1982).

El modelo EEM de Shapero es importante porque proporciona un marco para entender cómo y por qué las personas deciden emprender. Destaca que no es solo la oportunidad de negocio lo que motiva a los emprendedores, sino también su percepción subjetiva de esa oportunidad y su capacidad para aprovecharla. Este modelo ha influenciado muchas investigaciones posteriores en el campo del emprendimiento y es útil para diseñar políticas y programas que fomenten el emprendimiento, al identificar las áreas clave donde se puede intervenir (como aumentar la percepción de viabilidad a través de la educación y el entrenamiento).

Una referencia fundamental en el campo del emprendimiento es el libro "Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice" que fue publicado por primera vez en 1989. Desde entonces, ha tenido varias ediciones actualizadas para reflejar los cambios y avances en el campo del emprendimiento. La edición más reciente disponible es la 10ª edición, publicada en 2016. El libro fue escrito por Robert Hisrich, Michael Peters y Dean Shepherd y se utiliza ampliamente en cursos universitarios y por profesionales del emprendimiento para entender los fundamentos y las prácticas esenciales del emprendimiento. Los autores cubren una amplia gama de temas, desde la generación de ideas y la planificación empresarial hasta la gestión y el crecimiento de nuevas

empresas. El libro está diseñado para ofrecer tanto una base teórica sólida como aplicaciones prácticas para emprendedores.

En 1991 Icek Ajzen propuso, La Teoría del Comportamiento Planificado (TPB). Esta teoría se centra en entender cómo las actitudes, normas sociales y el control percibido influyen en la intención de una persona para realizar un comportamiento específico. La TPB ha sido ampliamente utilizada en diversas áreas, incluyendo el estudio del emprendimiento, para comprender los factores que influyen en la intención de emprender y es importante porque proporciona un marco teórico robusto para entender cómo las intenciones se traducen en comportamientos, lo que permite a los investigadores y responsables de políticas, identificar y abordar los factores que pueden aumentar la intención de emprender y, en última instancia, llevar a un mayor número de nuevas empresas(Ajzen, 1991).

Para el año1994 Krueger & Brazeal, proponen Entrepreneurship Potential Model (EPM), una integración que combina elementos de la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de Ajzen (1991) y el Entrepreneurial Event Model (EEM) de Shapero (1982), donde se integran los conceptos de percepción, viabilidad y deseabilidad, destacando la importancia de un evento desencadenante para la decisión de emprender. Este modelo busca explicar cómo y por qué los individuos deciden emprender, enfocándose en los factores que influyen en la intención y, posteriormente, en el comportamiento emprendedor(Krueger & Brazeal, 1994).

Una de las investigaciones más importantes y completas a nivel mundial sobre la actividad emprendedora es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Fue lanzado en 1999 por Babson College (EE.UU.) y London Business School (Reino Unido). Desde entonces, se ha expandido para incluir un consorcio de equipos de investigación de más de 100 países, incluyendo Colombia,

utilizando una metodología de dos componentes: Encuestas a la Población Adulta (APS) y Encuestas a Expertos Nacionales (NES).

Los informes GEM proporcionan datos comparativos sobre la tasa de actividad emprendedora, las motivaciones de los emprendedores y el contexto socioeconómico. Se centra en medir la tasa de actividad emprendedora en sus diferentes etapas, desde la intención emprendedora hasta la creación de negocios establecidos. Examina los factores sociales, culturales, económicos y políticos que pueden fomentar o inhibir el emprendimiento y evalúa cómo la actividad emprendedora contribuye al crecimiento económico, la innovación y el bienestar social.

Finalmente, otra herramienta clave para comprender el espíritu emprendedor en el ámbito universitario a nivel mundial es el Estudio GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey). Esta encuesta internacional analiza el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios en más de 50 países, incluida Colombia. Los resultados ofrecen una perspectiva detallada sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios, comparándolos con sus pares internacionales.

GUESSS comenzó en 2003 como una iniciativa conjunta de la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Bern, ambas en Suiza. Desde su inicio, el estudio se ha llevado a cabo cada dos años, expandiéndose continuamente para incluir universidades de todo el mundo. Se centra en medir la intención emprendedora, analizar factores influyentes, evaluar el entorno universitario y proporcionar comparaciones internacionales.

Investigaciones nacionales

Las investigaciones sobre el espíritu emprendedor en Colombia han seguido un camino de desarrollo similar al de las investigaciones internacionales, adaptándose a las particularidades sociales, económicas y culturales del país. En años recientes, la investigación en Colombia ha ampliado su enfoque para incluir el emprendimiento social y sostenible, así como la importancia de la educación emprendedora. La creación de centros de emprendimiento en universidades y la implementación de programas académicos específicos han sido temas de estudio recurrentes.

Guzmán & Trujillo (2008) de la universidad Icesi en Cali, realizaron una revisión literaria del emprendimiento social donde revisaron 51 fuentes bibliográficas, mayormente artículos publicados en revistas académicas desde el año 2000 hasta el 2007. En estos documentos, se esclareció el concepto teórico de emprendimiento social y se identificaron sus características esenciales. Se subrayó la relevancia de este concepto para el progreso de países en desarrollo y participación en el ámbito de la política pública.

Galindo & Echavarría, (2011), llevaron a cabo un diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de ingeniería de Antioquia utilizando como herramienta de análisis, la encuestas y entrevistas. Con respecto al perfil del emprendedor identificado, los entrevistados coincidieron en varias características comunes: la capacidad para asumir riesgos, la habilidad para identificar oportunidades y acceder a información relevante, un espíritu competitivo, mentalidad innovadora y mente abierta. También se reconoció el papel crucial de los profesores en el cultivo del espíritu emprendedor, destacando que su experiencia empresarial puede enriquecer significativamente la enseñanza y motivación hacia el emprendimiento en cualquier asignatura.

Las conclusiones derivadas del estudio reflejan una percepción generalizada entre estudiantes, profesores y empleados sobre la existencia de una cultura emprendedora, evaluada

en un nivel medio uniforme. Se observa una homogeneidad en la percepción sobre componentes clave como la orientación hacia oportunidades, la creatividad e innovación, y la generación de valor. Sin embargo, se identifican discrepancias significativas en la percepción del manejo de riesgos y la proactividad entre estudiantes y profesores. Esta disparidad señala áreas de mejora potencial para fortalecer la cultura emprendedora dentro de la EIA, especialmente en términos de promover la proactividad y mejorar la percepción del manejo de riesgos entre los estudiantes (Galindo & Echavarría, 2011).

Entre el 2018 y 2019 salieron los resultados del proyecto GUESSS “Global University Entrepreneurial Spirit Student’s Survey” o Encuesta mundial sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. Se contó con la participación de 54 países y más de 3.000 universidades, que generaron más de 208.000 respuestas. El objetivo era estudiar y documentar de manera sistemática la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios en diferentes países aplicando un cuestionario en línea, que en nuestro caso recolectó datos de una muestra de 15,575 estudiantes pertenecientes a 33 Instituciones de Educación Superior ubicadas en las principales ciudades (Martins et al., 2019)

En cuanto a los resultados del estudio, los estudiantes colombianos consideran que su entorno social reaccionaría favorablemente a su decisión de crear una empresa. Más de la mitad de los encuestados (56,8%) afirmó que ambos padres o al menos uno de ellos tiene un emprendimiento, sin embargo, muchos no desean convertirse en el relevo generacional de sus padres en la empresa familiar.

También se encontró que tan sólo el 39,5% de los encuestados a lo largo de su formación universitaria asistió al menos a un curso optativo de emprendimiento y el 28,7% afirmó que cursaron una materia en temas de emprendimiento porque la estructura académica de su

programa se los exigía. Se resalta que el (42,8%) de estudiantes que mencionaron que se encontraban realizando las actividades necesarias para crear su propia empresa (Martins et al., 2019).

Se llegó a la conclusión que los estudiantes universitarios colombianos tienen una intención emprendedora media-alta según la escala utilizada por el Proyecto GUESSSS, con una calificación de 5,6 en una escala de 1 a 7, donde la mayoría de los estudiantes emprenderían después de 5 cinco años su graduación; ya que desean adquirir conocimientos y experiencia laboral antes de iniciar sus proyectos. Los resultados demuestran que hay mucho potencial, sin embargo, hay oportunidades de mejora desde el punto de vista institucional, tanto en las universidades como en las entidades gubernamentales, para preparar mejor a los estudiantes en el proceso de creación de empresa y en la implementación de apoyos e incentivos para iniciar con los proyectos (Martins et al., 2019).

Con el propósito de identificar perfiles de espíritu emprendedor entre estudiantes, Arango-Botero et al., (2022), universitarios del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, utilizaron los resultados del proyecto GUESSSS, con ayuda de análisis estadísticos paramétricos y no paramétricos, concluyeron que no existen diferencias significativas entre variables como el clima emprendedor universitario, el aprendizaje del programa y las normas subjetivas para los perfiles estudiados.

Sin embargo, se encontraron diferencias destacables en variables relacionadas con la intención y la actitud emprendedora. Estos hallazgos subrayan la importancia de ajustar las estrategias dentro de las instituciones de educación superior para fortalecer la formación de futuros emprendedores y fomentar una cultura emprendedora más robusta.

La caracterización de los perfiles reveló que los estudiantes que muestran una intención clara de convertirse en emprendedores tienen una actitud emprendedora más positiva en comparación con aquellos que no tienen tal deseo. Además, se observaron diferencias significativas entre los estudiantes que desean

emprender y los potenciales emprendedores, especialmente en cuanto a la intensidad de la intención emprendedora. Estos resultados refuerzan la validez de las mediciones de variables como la intención y la actitud emprendedora, destacando la importancia de diseñar programas educativos que apoyen y desarrollen estas cualidades desde temprano en la formación universitaria.

Para el año 2020, Hémbuz Falla et al., de la Universidad Surcolombiana, llevaron a cabo un análisis exhaustivo sobre la importancia del emprendimiento en la educación de los jóvenes universitarios, enfocándose en estudios realizados en diversas universidades de Malasia, Australia, Túnez, Venezuela, Nigeria, Latinoamérica y Colombia. Se revisaron investigaciones que abordan conceptos clave como la cultura emprendedora, el espíritu emprendedor y la educación empresarial, reconociendo la evolución conceptual a lo largo del tiempo. El estudio destacó la capacidad del emprendimiento juvenil para generar oportunidades de negocio que no solo satisfacen necesidades específicas del mercado, sino que también contribuyen al desarrollo personal y profesional de los estudiantes.

La metodología utilizada implicó una revisión exhaustiva de literatura académica y normativa relevante, utilizando fuentes como revistas indexadas, bases de datos especializadas y documentos legislativos colombianos vigentes. El estudio reveló que el emprendimiento juvenil no solo representa una salida económica viable para los jóvenes frente a las altas tasas de desempleo, sino que también fortalece la estructura educativa de las universidades al enfatizar la formación integral del individuo emprendedor.

Se evidenció la necesidad de implementar programas que desarrollen proactividad, gestión de riesgos y habilidades innovadoras entre los estudiantes universitarios, así como la importancia de los centros de innovación empresarial como motores de desarrollo económico local (Hémbuz Falla et al., 2020). Estas conclusiones subrayan la importancia de integrar el

emprendimiento en todos los niveles educativos para asegurar un futuro económico y social próspero en la región.

Díaz-Díaz et al., (2021), realizaron una investigación correlacional donde analizaron el impacto de la cultura y otros factores en la probabilidad de establecer emprendimientos en Colombia, utilizando datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2017. A través de un modelo Probit de estimación, se determinó que la posición del emprendedor en la sociedad juega un papel crucial y positivo en el fomento de emprendimientos estables en el país. Este efecto se mantuvo significativo incluso después de controlar variables como el nivel educativo, el miedo al fracaso y las habilidades percibidas por los emprendedores.

Los hallazgos indicaron que, contrariamente a la intuición inicial, un mayor nivel de formación académica podría disminuir las probabilidades de tener un emprendimiento consolidado, mientras que el miedo al fracaso actúa como un factor que reduce la fortaleza de los emprendimientos. En contraste, las habilidades percibidas y la posición del emprendimiento en la sociedad fueron identificadas como variables que incrementan la probabilidad de éxito empresarial.

La investigación también destacó la importancia del relacionamiento entre emprendedores y la percepción personal de habilidades como factores cruciales para fortalecer los emprendimientos. Recomendaron desarrollar programas de formación que mejoren la autoconfianza del emprendedor en sus capacidades, así como promover políticas que fortalezcan la posición del emprendimiento en la sociedad mediante una cooperación efectiva entre el sector empresarial y el gobierno. Además, se sugiere ampliar el periodo de estudio y aumentar la inclusión de más países en la región para obtener un panorama más completo y comparativo de

las dinámicas emprendedoras en distintos contextos económicos y sociales (Díaz-Díaz et al., 2021).

Bases Teóricas

Espíritu emprendedor

Los emprendedores desempeñan un papel importante en la sociedad, ya que tienen la capacidad de iniciar cambios que abren nuevas oportunidades tanto económicas como tecnológicas, lo cual está estrechamente ligado al desarrollo económico y social de una región, esto hace del espíritu emprendedor una competencia cotidiana y ampliamente extendida por la población (Alemany et al., 2011). Sin embargo, no existe una única definición para explicar el espíritu emprendedor. Este concepto es amplio y no necesariamente está ligado a la creación de empresas; también se centra en el proceso de buscar y descubrir nuevas oportunidades (Espíritu Olmos, 2011).

A continuación, se presentarán algunas definiciones de diferentes autores sobre el término espíritu emprendedor, arrojando luz sobre las múltiples dimensiones y perspectivas que rodean esta cualidad:

- Galindo & Echavarría, 2011: Definen el espíritu emprendedor como la capacidad para pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado.
- Alemany et al., 2011: Lo definen como una forma de razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda y la persecución de una oportunidad.
- Carlos Ornelas, 2015: Entiende el espíritu emprendedor como las características de la personalidad que se manifiestan en la forma de pensar y actuar

relacionada con la búsqueda y el aprovechamiento de las oportunidades.

- Hémbuz Falla et al., 2020: El espíritu emprendedor nace en la concepción de Cultura Emprendedora, que identifica a la persona que se define como emprendedora, a quien desarrolla o posee habilidades específicas para la generación de un proyecto o idea de negocio.
- Varela & Bedoya, 2006: Entienden el espíritu emprendedor como la disposición de unas competencias básicas en lo personal o un conjunto de valores, creencias, actitudes, modos de reacción y de acción.

En este trabajo, se define el espíritu emprendedor como la mentalidad, actitud y habilidades necesarias para identificar oportunidades, asumir riesgos y crear valor a través de la innovación y la iniciativa empresarial, caracterizado por la disposición a enfrentar desafíos, la capacidad de buscar oportunidades, aprovecharlas y tomar decisiones.

Se han utilizado diversas estrategias y modelos tanto en la teoría como en la práctica para comprender el espíritu emprendedor (Toma et al., 2018). De aquí han surgido varias escuelas de pensamiento donde una comunidad de personas presenta ideas u opiniones en común sobre un tema en específico, facilitando su comprensión y brindando diferentes puntos de vista sobre el espíritu empresarial:

Toma et al., 2018, realizaron un trabajo donde definen brevemente el concepto de escuela de pensamiento y describen cuáles son las principales según algunos autores, como lo veremos a continuación:

(Cunningham & Lischeron, 1991): Analizan seis escuelas del pensamiento que ofrecen diferentes perspectivas para ilustrar lo que hace el emprendedor y qué funciones y procesos son

clave: Escuela de las Grandes Personas, Escuela de Características Psicológicas, Escuela Clásica, Escuela de Administración, Escuela de Liderazgo y Escuela de Intraemprendimiento.

(Grebel, 2004): Menciona cuatro escuelas que representan enfoques distintos del emprendimiento y reflejan las influencias culturales, históricas y económicas en sus respectivos países de origen: La escuela francesa, la escuela clásica británica, los clásicos alemanes y la escuela austriaca.

(Peverelli & Song, 2012): Mencionan tres enfoques: Enfoque económico, donde el emprendedor es la persona que coordina varios factores de producción; enfoque de rasgos, donde para convertirse en una persona exitosa, el empresario necesita poseer un conjunto de rasgos particulares; y enfoque de identidad social, donde la identidad empresarial se constituye a través de la interacción entre tres actores: el individuo, la sociedad y la cultura.

(Donald F. Kuratko, 2017): Propone desde una visión macro la Escuela de Pensamiento Ambiental, la Escuela de Pensamiento Financiero/Capital y la Escuela de Pensamiento del Desplazamiento; y desde una visión micro, la Escuela de Rasgo Emprendedor de Pensamiento, la Escuela de Oportunidades de Riesgo de Pensamiento y la Escuela de Formulación Estratégica de Pensamiento. La visión macro comprende factores externos que en su mayoría están fuera del control del emprendedor, mientras que la visión micro se centra en los factores que el emprendedor puede manejar, dirigir o ajustar (Kuratko et al., 2015, citado por Toma et al., 2018).

Aunque existen discrepancias entre las escuelas y las corrientes de pensamiento según los autores, todas contribuyen a mejorar la comprensión del emprendimiento como un campo amplio e interdisciplinario, ayudando a darle un enfoque claro a los estudios relacionados con el espíritu emprendedor, en este caso, centrándose en el individuo y en sus características psicológicas.

Para los propósitos de nuestro estudio, hemos decidido adoptar ambos enfoques: micro y macro; nos concentraremos en el nivel individual del emprendedor, pero también analizaremos su entorno. El trabajo se orientará hacia teorías que emplean características sociodemográficas, rasgos psicológicos y valores personales para determinar elementos explicativos del espíritu emprendedor. Específicamente, nuestro interés se centra en la identificación y comprensión de las características que definen a los estudiantes con espíritu emprendedor en entornos universitarios. Este enfoque nos permitirá profundizar en las singularidades individuales que impulsan y caracterizan la predisposición emprendedora, contribuyendo así a una comprensión más detallada y específica dentro del ámbito estudiantil universitario.

Comportamiento Emprendedor

Espíritu Olmos, 2011, menciona en su tesis tres modelos relevantes que permiten analizar y caracterizar más a fondo el espíritu emprendedor de un individuo:

a) Entrepreneurial Event Model (EEM) por Shapero, 1982: En este modelo, la decisión de emprender depende de tres elementos:

- Percepción de deseabilidad
- Percepción de viabilidad
- Propensión para actuar

b) Modelo de Ajzen, 1991: Teoría del Comportamiento Planificado (TPB): Este modelo enuncia que las creencias de una persona determinan su actitud, de la cual nace una intención que se convierte en un comportamiento, así:

Creencias ---> Actitud ---> Intención ---> Comportamiento

c) Entrepreneurship Potential Model (EPM) elaborado por Krueger & Brazeal, 1994: Basado en los modelos de Shapero (1982) y Ajzen (1991), este modelo integra los

conceptos de percepción, viabilidad y deseabilidad. El modelo da gran importancia al comportamiento del emprendedor y resalta que, a pesar del deseo de crear una empresa, en ocasiones es necesario un suceso o evento desencadenante para que se tome la decisión.

Estos modelos han sido utilizados por varios autores en años siguientes a la fecha como base de posteriores investigaciones y se han desarrollado nuevos modelos a partir de ellos.

El espíritu emprendedor implica la capacidad de generar nuevas ideas y convertirlas en acciones concretas, ya sea creando un nuevo negocio, innovando dentro de una organización existente o liderando proyectos emprendedores en diferentes ámbitos. Considerando que el emprendimiento abarca más que aspectos financieros, también se extiende al ámbito social, donde las personas se dedican a encontrar soluciones para mejorar la calidad de vida de los demás (Guzmán & Trujillo, 2008).

Un rasgo importante de una persona emprendedora es la innovación, pues le permite encontrar formas nuevas y mejores de hacer las cosas desafiando las formas tradicionales para crear negocios exitosos (Ovalles Toledo et al., 2018), contribuir al crecimiento económico y abordar problemas importantes en la sociedad. La innovación y el espíritu emprendedor están estrechamente relacionados y se alimentan mutuamente

Alcaraz, 2011, menciona en su texto guía un resumen, de las características más mencionadas por diversos autores que posee un emprendedor y que le facilitan no sólo emprender, sino también hacerlo con éxito, entre las más destacables se encuentran:

- Creatividad e innovación.
- Confianza en él mismo y sus capacidades.
- Perseverancia.

- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación del riesgo.

Componentes o atributos del espíritu emprendedor

Martínez Gámez, 2016, discute en su trabajo si el emprendedor se hace o nace, concluyendo que puede ser una combinación de diversos factores. Afirma que la experiencia y la formación son importantes, pero no determinantes para emprender, ya que se observan cada vez más iniciativas de emprendimiento en la población joven.

El emprendimiento es impulsado por una combinación de factores culturales, sociales y económicos que crean un entorno propicio para que las personas puedan iniciar y desarrollar negocios (Luis Harles Aguilar Briones & Dulio Oseda Gago, 2021). Las condiciones culturales desempeñan un papel fundamental en el fomento del espíritu emprendedor.

Una cultura que valora y promueve la innovación, la creatividad y la toma de riesgos es esencial para inspirar a las personas a emprender. Si la sociedad en general aprecia y reconoce los logros de los emprendedores, esto puede motivar a más personas a seguir ese camino. Además, una cultura que acepta y aprende de los fracasos también es importante, ya que el emprendimiento conlleva riesgos y es posible que los emprendedores enfrenten obstáculos en el desarrollo de sus proyectos.

En cuanto a las condiciones sociales, la existencia de redes de apoyo y de ecosistemas emprendedores sólidos es crucial. Estos pueden incluir incubadoras de negocios, aceleradoras, centros de emprendimiento y grupos de mentores que brindan orientación, recursos y oportunidades de aprendizaje a los emprendedores. Además, la existencia de una red de contactos profesionales y la capacidad de establecer colaboraciones y alianzas estratégicas

pueden facilitar el crecimiento y el éxito de los emprendedores.

En el emprendimiento las redes de contacto tienen una gran importancia, ya sean en la industria o en el mundo académico. Para el emprendedor es necesario buscar y conocer personas capaces de dirigirlos a contactos clave que pueden ofrecer inversión, consejos o información relevante (Leite et al., 2015).

Las condiciones económicas también juegan un papel importante. Un entorno económico estable, con acceso a financiamiento y con políticas favorables para el establecimiento y el crecimiento de empresas, crea oportunidades para el espíritu emprendedor. La disponibilidad de capital de riesgo, préstamos accesibles y programas de apoyo gubernamentales fomentan el surgimiento de nuevos negocios. Asimismo, la existencia de mercados competitivos y la demanda de productos y servicios innovadores brindan oportunidades para que los emprendedores ingresen y prosperen en diferentes sectores.

Por último, hay dos tipos de percepciones previas al emprendimiento: las endógenas y las exógenas. Las percepciones endógenas están relacionadas con la conveniencia o el deseo de emprender, y se moldean a través de la participación en diferentes contextos sociales, familiares, formativos, entre pares y en clasificaciones socioeconómicas estructurales. Por otro lado, las percepciones exógenas están compuestas por conocimientos, recursos, garantías y experiencias adquiridas por el individuo.

Entre los principales factores endógenos se encuentran la audacia, la pasión, la creatividad, el liderazgo, la innovación, la competitividad, la intuición, la persuasión, la eficacia, la capacidad de gestión y la aventura. Estos factores, en conjunto, generan una perspectiva autoevaluativa que, en la Teoría de la Motivación, se conoce como autoeficacia

percibida(Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2016).

Formación del Espíritu emprendedor

Como se mencionó anteriormente, los gobiernos han reconocido que, al respaldar las actividades emprendedoras pueden estimular un aumento en la producción económica. De esta manera, intentan abordar las deficiencias y las demandas que la sociedad presenta en términos de empleo, como un medio para combatir la pobreza y desarrollar la sociedad. Para lograrlo, implementan programas que proporcionan recursos y capacitación trabajando de la mano con las universidades que juegan un papel fundamental(Ovalles Toledo et al., 2018).

Podría decirse que la educación es fundamental para el espíritu emprendedor de una persona y parte de la cultura. Hay lugares donde la educación promueve la mentalidad de empleado dependiente y lo hacen aun de forma inconsciente, mientras que hay otros que estimulan el emprendimiento. La educación universitaria va más allá de impartir conocimientos y preparar a los graduados para ingresar al mercado laboral. Es crucial que también incorpore el elemento del espíritu emprendedor en la educación, de manera que los estudiantes sean capaces de establecer sus propios negocios al finalizar sus estudios. El fomento del emprendimiento debe ser integrado desde las etapas iniciales de la educación de todas las personas (Leite et al., 2015)

Los emprendedores suelen tener una mentalidad orientada al logro, un deseo de autonomía y una pasión por convertir sus ideas en realidad y este espíritu emprendedor no se limita al ámbito empresarial, sino que también se puede aplicar en otros contextos de la vida, como el sector social y el ámbito académico. En cualquier caso, implica una mentalidad proactiva, una disposición a asumir riesgos calculados y una habilidad.

Es fundamental promover el espíritu emprendedor desde etapas tempranas para impulsar

el desarrollo de habilidades y conocimientos necesarios para establecer negocios y generar empleo. Los aspectos clave a desarrollar abarcan la disposición para asumir riesgos; la capacidad de movilizar recursos humanos, económicos, técnicos y materiales; la habilidad para generar empleo incluyendo el autoempleo y la utilización de la innovación como una herramienta transformadora (Gallardo & Campuzano, 2018).

La educación universitaria orientada al emprendimiento no solo beneficia a los estudiantes al prepararlos para el mundo laboral, sino que también contribuye al crecimiento económico y al desarrollo de la sociedad en su conjunto. Al fomentar la cultura emprendedora, se estimula la creación de nuevas empresas, se generan empleos y se promueve la innovación, impulsando así el progreso y la prosperidad en la comunidad.

Métodos y materiales

Metodología

Para llevar a cabo este estudio, se realizó una investigación cualitativa de tipo voluntario y por conveniencia. El objetivo principal fue evaluar el nivel de espíritu emprendedor entre los estudiantes de pregrado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad del Valle. Se resalta que el diseño de la investigación fue de forma transversal, lo que implica que la recopilación de datos de la muestra de individuos es en un solo punto del tiempo.

Se elaboró un cuestionario diseñado específicamente para explorar diversos aspectos del espíritu emprendedor, incluyendo actitudes, habilidades y experiencias relevantes (Anexo A). Las entrevistas fueron estructuradas, de tal forma que el entrevistador no tenía la flexibilidad de añadir más preguntas y solo realizaba aclaraciones en caso de que fuera necesario.

Posteriormente, se procedió a realizar un total de 30 entrevistas en profundidad con estudiantes de esta carrera. Las entrevistas fueron grabadas para su posterior análisis con la debida autorización del estudiante. Se exploraron temas como la motivación para emprender, las barreras percibidas, las experiencias previas en el ámbito empresarial y las aspiraciones futuras.

La investigación se realizó en 3 etapas:

1. Investigación Documental: Se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el espíritu emprendedor y temas relacionados para fundamentar teóricamente el estudio.
2. Diseño de la Encuesta y Aplicación de Entrevistas: Se diseñó el cuestionario y se aplicaron las entrevistas según el diseño establecido, asegurando la calidad y consistencia en la recopilación de datos (Anexo A).
3. Análisis de la Información Recolectada: Se realizó un análisis cualitativo

de las respuestas obtenidas en las entrevistas con una codificación para identificar patrones, temas emergentes y posteriormente una categorización para profundizar en la comprensión del nivel de espíritu emprendedor de los estudiantes.

La metodología permitió obtener una visión integral y detallada del espíritu emprendedor entre los estudiantes de Administración de Empresas, proporcionando valiosos datos que contribuirán al conocimiento en este campo y a futuras investigaciones relacionadas.

Instrumentos

De acuerdo con los modelos mencionados, se construirá la variable de espíritu emprendedor partiendo del modelo Entrepreneurial Event Model (EEM) de Shapero (1982), comprendiendo los tres elementos básicos:

Percepción de Deseabilidad:

Esta dimensión se refiere a la medida en que una persona encuentra atractivo el comportamiento emprendedor. Incluye factores como las actitudes hacia el emprendimiento y las normas sociales que influyen en la percepción de lo deseable que es iniciar un negocio.

Percepción de Viabilidad:

Esta dimensión se refiere a la percepción del individuo sobre su capacidad para llevar a cabo comportamientos emprendedores con éxito. Incluye la autoeficacia y el acceso a recursos como financiamiento, conocimientos y habilidades.

Propensión para Actuar:

Este elemento se refiere a la disposición personal del individuo para actuar en función de las oportunidades. Está influenciado por la disposición a asumir riesgos y la proactividad.

El modelo de Shapero sugiere que el emprendimiento no es solo una cuestión de oportunidad y recursos, sino también de cómo estos factores son percibidos por el individuo y de la disposición personal para actuar sobre ellos. La interacción de estos tres elementos determina si una persona decidirá o no emprender.

También se tomó como referencia la tesis doctoral de Espíritu Olmos, (2011), que se centra en el análisis de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios, definiendo varias dimensiones claves para evaluar esta actitud. Esta investigación propone un marco para comprender y medir la intención emprendedora en el contexto educativo, específicamente entre jóvenes universitarios. A continuación, se describen las cuatro dimensiones principales definidas en la tesis:

- ***Viabilidad:***

Se refiere a la percepción del estudiante sobre su capacidad para emprender. Incluye la autoeficacia, la percepción de habilidades personales y la disponibilidad de recursos necesarios para iniciar y gestionar un negocio.

- ***Deseabilidad:***

Mide la percepción del atractivo del emprendimiento. Incluye la valoración personal del emprendimiento como una opción de carrera deseable y los beneficios percibidos de ser emprendedor.

- ***Esfuerzo Personal:***

Evalúa la disposición del estudiante a invertir tiempo, esfuerzo y recursos personales en la creación de un negocio. Incluye el compromiso y la dedicación necesarios para superar obstáculos y lograr el éxito.

- ***Detección de Habilidades:***

Se refiere a la capacidad del estudiante para identificar y aprovechar oportunidades de negocio. Incluye la habilidad para analizar el entorno, detectar necesidades del mercado y generar ideas innovadoras.

La tesis de Espíritu Olmos (2011) utiliza estos cuatro componentes para desarrollar un conjunto de preguntas que permitan medir la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, ofreciendo una herramienta para las instituciones educativas que desean fomentar el espíritu emprendedor entre sus alumnos. Esta investigación subraya la importancia de un enfoque integral que considere tanto las percepciones y habilidades individuales como los factores contextuales y sociales que influyen en el emprendimiento.

Para cada dimensión se plantean preguntas que permiten medir o llegar a una conclusión del nivel del espíritu emprendedor de los estudiantes, proporcionando una visión integral de las capacidades, percepciones y actitudes hacia el emprendimiento como se ve en la tabla 2. En la tabla 1, se pueden observar una serie de preguntas generales que se le realizaron a los encuestados con el objetivo de conocer su situación y entorno, factores adicionales que pueden influir en su nivel de espíritu emprendedor, como se ve a continuación:

Tabla 1*Preguntas Generales de la encuesta*

#	Pregunta
1	Edad
2	Genero
3	Departamento de nacimiento
4	Carrera Universitaria
5	Semestre
6	Estado civil
7	¿Cuántos hijos tiene?
8	¿Cuántas personas dependen de usted?
9	¿En su familia, hay personas que cuenten con un emprendimiento propio? Si es así, mencione ejemplos
10	¿En su círculo social, hay personas que cuenten con un emprendimiento propio? Si es así, mencione ejemplos

Tabla 2*Dimensiones de estudio y preguntas relacionadas*

Dimensiones	Preguntas
Viabilidad	<p>¿Frecuentemente se le ocurren ideas para solucionar problemas o identificar oportunidades?</p> <p>¿Regularmente pone en marcha o ejecuta esas ideas?</p> <p>¿Piensa tener algún día su propio Emprendimiento?</p> <p>¿Qué obstáculos crees que podrían surgir en el camino hacia la creación de tu propio negocio?</p> <p>¿Cómo planeas superarlos?</p>
Deseabilidad	<p>¿Cuáles son los aspectos más atractivos de tener tu propio negocio en comparación con trabajar para otra persona o compañía?</p> <p>¿Qué consecuencias positivas anticipas o consideras atractivas al tener tu propio negocio en lugar de trabajar para una empresa establecida?</p>
Esfuerzo personal	<p>¿Cuánto tiempo estarías dispuesto a invertir en la investigación y planificación para establecer tu propio negocio?</p> <p>¿Qué sacrificios personales estarías dispuesto a hacer para lograrlo?</p> <p>¿Qué recursos está dispuesto a comprometer para la creación de tu emprendimiento?</p> <p>¿Cómo evalúas la importancia de comprometer recursos financieros en intervalos periódicos para llevar a cabo tu proyecto de negocio?</p> <p>¿Cómo planeas gestionar el riesgo financiero asociado con la creación de tu empresa?</p>
Detección de habilidades	<p>¿Cómo evalúas tu capacidad y perspicacia para identificar oportunidades de negocio?</p> <p>¿En qué medida consideras que estas habilidades son fundamentales para el éxito como emprendedor?</p> <p>¿Puedes proporcionar ejemplos de situaciones en las que hayas identificado oportunidades de negocio o hayas estado alerta a cambios en el mercado que podrían generar nuevas oportunidades?</p>

Viabilidad

¿Piensa tener algún día su propio Emprendimiento? Esta pregunta está diseñada para evaluar la intención emprendedora del encuestado. Nos permite conocer si el individuo tiene planes o deseos de iniciar su propio negocio en el futuro y determinar el nivel de aspiración emprendedora y la predisposición del encuestado a convertirse en emprendedor.

Busca explorar la intención o la predisposición de la persona hacia la posibilidad de ser dueña de un negocio en el futuro. En el contexto de la percepción de viabilidad, esta pregunta pretende medir la creencia que la persona tiene acerca de la factibilidad y posibilidad realista de emprender su propio negocio en algún momento de su vida.

La respuesta a esta pregunta proporcionaría información valiosa sobre la disposición del individuo para considerar el emprendimiento como una opción viable. Además, esta pregunta puede estar relacionada con la teoría del comportamiento planificado de Ajzen, (1991), ya que la respuesta refleja la actitud de la persona hacia la posibilidad de tener un negocio propio, influenciada por sus percepciones de viabilidad y los recursos a su disposición.

¿Cuáles son los recursos y habilidades que consideras que posees actualmente y que podrían ser fundamentales para poner en marcha tu propio negocio en el futuro? Esta pregunta busca explorar la percepción que la persona tiene sobre sus capacidades y recursos actuales, y cómo estos podrían contribuir a la viabilidad de iniciar un negocio.

El objetivo es evaluar la percepción de viabilidad, es decir, qué tan preparado se siente el encuestado en términos de recursos y habilidades para emprender

¿Qué obstáculos crees que podrían surgir en el camino hacia la creación de tu propio negocio y cómo planeas superarlos? Con esta pregunta, se busca entender la conciencia

que la persona tiene sobre posibles desafíos o barreras para emprender. Además, se pretende evaluar la disposición y la capacidad de la persona para superar estos obstáculos, lo cual puede ser indicativo de su percepción de viabilidad.

También puede indicar la percepción de deseabilidad y la propensión para actuar, evaluando la capacidad del encuestado para anticipar y enfrentar desafíos en el camino emprendedor.

Deseabilidad

¿Qué tan atractiva encuentras la idea de tener tu propio negocio en comparación con trabajar para otra persona, y cuáles son los aspectos específicos que encuentras más atractivos en la creación y gestión de tu propia empresa? Esta pregunta busca indagar en la percepción de deseabilidad al explorar la atracción que siente la persona hacia la idea de emprender. Además, permite identificar los factores específicos que contribuyen a que la persona encuentre más atractiva la opción de tener un negocio propio en lugar de trabajar para alguien más.

¿Qué consecuencias positivas anticipas o consideras atractivas al tener tu propio negocio en lugar de trabajar para una empresa establecida? Esta pregunta busca profundizar en las creencias de la persona sobre las consecuencias positivas o aspectos atractivos asociados con la creación y gestión de un negocio propio. Explora cómo la persona evalúa las posibles ventajas y recompensas de emprender en comparación con trabajar para otra entidad y comprende los beneficios percibidos o cómo estos influyen en la percepción de deseabilidad del emprendimiento.

Esfuerzo Personal

¿Cuánto tiempo estarías dispuesto a invertir en la investigación y planificación para establecer tu propio negocio, y qué sacrificios personales estarías dispuesto a hacer para lograrlo? Esta pregunta busca explorar la disposición de la persona para dedicar tiempo y esfuerzo personal hacia la investigación, planificación y eventual creación de su propio negocio. Además, permite indagar en los posibles sacrificios personales que estaría dispuesto a hacer, como renunciar a un trabajo seguro; midiendo el compromiso y la dedicación del encuestado.

¿Cómo evalúas la importancia de comprometer recursos financieros en intervalos periódicos para llevar a cabo tu proyecto de negocio, y cómo planeas gestionar el riesgo financiero asociado con la creación de tu empresa? Esta pregunta busca entender la percepción del individuo sobre la inversión económica necesaria para emprender y cómo aborda la gestión del riesgo financiero. Explora la conciencia de la persona acerca de los compromisos financieros y cómo planea equilibrar las demandas económicas con la viabilidad de su proyecto emprendedor.

Detección de Habilidades

¿Cómo evalúas tu capacidad y perspicacia para identificar oportunidades de negocio, y en qué medida consideras que estas habilidades son fundamentales para el éxito como emprendedor? Esta pregunta busca explorar la autopercepción del individuo sobre sus habilidades para detectar oportunidades de negocio. Además, permite entender la importancia que la persona atribuye a estas habilidades en el contexto del éxito emprendedor.

¿Puedes proporcionar ejemplos de situaciones en las que hayas identificado oportunidades de negocio o hayas estado alerta a cambios en el mercado que podrían

generar nuevas oportunidades? Con esta pregunta se obtienen ejemplos concretos de la capacidad del individuo para detectar oportunidades de negocio.

También busca proporcionar situaciones específicas que permitirán una evaluación más precisa de las habilidades del entrevistado para detectar o estar alerta a oportunidades, validando así su experiencia práctica y demostrando sus habilidades en acción.

Datos y Resultados

Características de los Participantes

En el marco de la investigación, se entrevistaron 30 estudiantes matriculados en la carrera administración de empresas de diferentes semestres, en el periodo académico Enero – Junio del 2024. Este enfoque estratégico nos permitió obtener una visión holística y completa del panorama estudiantil en la Universidad del Valle y así capturar la diversidad de opiniones, expectativas y desafíos que enfrentan los estudiantes a lo largo de su trayectoria universitaria. A continuación, se puede observar información general de los encuestados como edad, estado civil, genero, personas a cargo, entre otros:

Tabla 3*Edad de los estudiantes participantes*

Edad	Número de personas	%
17	1	3
18	1	3
19	5	17
20	6	20
21	4	13
22	2	7
23	2	7
24	3	10
25	4	13
27	1	3
36	1	3
Total	30	100

Tabla 4*Estado civil de los estudiantes participantes*

Estado Civil	Número de personas	%
Soltero	28	93
Comprometida	1	3
Unión Libre	1	3
Total	30	100

Tabla 5*Personas a cargo de los estudiantes participantes*

Cantidad de Personas a Cargo	Número de personas	%
1	3	10
2	1	3
0	26	87
Total	30	100

Tabla 6*Género de los estudiantes participantes*

Género	Número de personas	%
Hombre	16	53
Mujeres	14	47
Total	30	100

Tabla 7*Círculo familiar de los estudiantes participantes*

¿En su familia, hay personas que cuenten con un emprendimiento propio?	Número de personas	%
Si	22	73
No	8	27
Total	30	100

Tabla 8*Círculo social de los estudiantes participantes*

¿En su círculo social, hay personas que cuenten con un emprendimiento propio?	Número de personas	%
Si	22	73
No	8	27
Total	30	100

En cuanto a la distribución por edades de los participantes, el mayor porcentaje de la población se concentró entre los 17 y 27 años, reflejando la juventud predominante dentro de la muestra. Solo una persona tenía 36 años, lo que representa una minoría en el grupo.

Los estudiantes encuestados están distribuidos en diferentes semestres, con mayoría en los semestres 5, 6 y 7. Esto sugiere que muchas de estas personas encuestadas están en niveles intermedios o avanzados en sus estudios universitarios.

En relación con el estado civil se encontró que la mayoría de los participantes, es decir, 28 personas, estaban solteras, mientras que 2 vivían con su pareja. En cuanto a las responsabilidades familiares, el 86.7% de los entrevistados no tenía personas a su cargo, lo que indica una etapa temprana en su vida adulta. Sin embargo, 3 estudiantes tenían una persona a su cargo, mientras que un estudiante tenía la responsabilidad de cuidar a 2 personas, lo que destaca la diversidad de situaciones familiares dentro de nuestra muestra. La mayoría de las personas son solteras y no tienen hijos ni dependientes.

En términos de género, se observó una distribución equitativa, con el 53.3% de los entrevistados identificándose como hombres y el 46.7% como mujeres. De las personas encuestadas 22 estudiantes tienen un familiar o persona en sus círculo social con un emprendimiento y tan solo 8 respondieron que “No”. Esto sugiere que la mayoría de las personas encuestadas tiene familiares o amigos con emprendimientos propios.

Análisis

Los resultados obtenidos de la codificación y categorización de las respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad del Valle se presentan a continuación. La Tabla 8, resume las categorías de espíritu emprendedor encontradas en los estudiantes. Para cada categoría, se diferencia la información que refleja las creencias e ideas más comunes entre los estudiantes encuestados y las prácticas con las que ellos ejecutan o materializan dichas creencias. A continuación, se reporta y discute a detalle cada categoría.

Tabla 9

Resumen de resultados: contenidos comunes a nivel de creencias y prácticas para cada dimensión de emprendimiento social

Categoría	Creencia	Práctica
Generación y Ejecución de Ideas (Identificación de oportunidades o necesidades en el mercado -- Innovación y creatividad)	La identificación de oportunidades y necesidades en el mercado es fundamental para el desarrollo de ideas innovadoras y creativas que puedan transformarse en proyectos emprendedores exitosos.	Habilidad para identificar necesidades y oportunidades de acción, así como flexibilidad y adaptación frente a situaciones diversas.
Motivación y Propósito	Tener un propósito claro y una motivación intrínseca es esencial para perseverar en el camino emprendedor, superando obstáculos y desafíos.	Establecer objetivos personales y profesionales alineados con los valores personales, manteniendo una misión clara para la iniciativa emprendedora.
Recursos y Apoyo (Falta de recursos, tiempo y capital (financiamiento))	La falta de recursos financieros y apoyo es uno de los mayores desafíos para los emprendedores, pero con creatividad y gestión adecuada, se pueden superar estas limitaciones.	Realización de actividades multitarea, de manera empírica y recursiva para optimizar costos, tomando medidas razonables de austeridad económica.
Autoevaluación (Percepción de capacidades y habilidades relacionadas con el espíritu emprendedor)	La autoconfianza en las propias capacidades y habilidades es crucial para el desarrollo emprendedor, permitiendo a los individuos identificar y aprovechar oportunidades.	Autoevaluación continua de las capacidades y habilidades emprendedoras, buscando mejorar y adaptar competencias según las necesidades del mercado.
Experiencias personales	Las experiencias personales, como tener familiares o amigos emprendedores, influyen positivamente en la disposición para emprender, proporcionando ejemplos y lecciones valiosas.	Aplicar lecciones aprendidas de experiencias personales y de entorno familiar para la toma de decisiones y la planificación de acciones emprendedoras.

❖ **Generación y Ejecución de Ideas** (*Identificación de oportunidades o necesidades en el mercado - Innovación y creatividad*)

La mayoría de los estudiantes indican que frecuentemente se les ocurren ideas para solucionar problemas o identificar oportunidades. Sin embargo, la frecuencia varía, pues algunos encuestados mencionan que esto ocurre "a veces" o "algunas veces", mientras que otros afirman que sucede "todo el tiempo".

Hay estudiantes que consideran que su carrera académica les ayuda a tener la mente abierta y constantemente generar ideas, mostrando una influencia positiva de su entorno educativo en la generación de ideas y otro muy bajo porcentaje de estudiantes mencionan que no siempre se les ocurren ideas, indicando posibles barreras personales o falta de estímulo en ciertas situaciones.

En contraste, una mayoría significativa de los estudiantes indican que no suelen poner en marcha las ideas que generan. Se recibieron respuestas como:

- “No, no siempre se ponen en marcha esas ideas porque siempre llevan un costo adicional” (Estudiante 16)
- “No, la verdad no” (Estudiante 24)

Se observa una brecha considerable entre la generación de ideas y su ejecución.

Las razones mencionadas incluyen la falta de recursos, costos adicionales, y el hecho de que a menudo las ideas quedan solo en el ámbito del análisis sin llegar a la implementación práctica. Algunos estudiantes mencionan que sí ejecutan sus ideas, especialmente cuando están relacionadas con sus intereses o cuando ya están emprendiendo algún proyecto.

Adicional a lo anterior, al preguntarles cómo consideran sus capacidades para identificar oportunidades de negocio respondieron los siguiente:

- “Buena, considero que siempre veo como las oportunidades de negocio, siempre veo como que puedo hacer, veo los problemas. Pero a veces no los ejecuto”

(Estudiante 12)

- “Diría que... puedo ver muchas cosas, pero siento que... que no las llevo a cabo, porque siento que otras personas ya lo han hecho, entonces, puedo tener muchas ideas y toda la cosa, pero no a la ejecución porque me doy cuenta que muchos ya lo han hecho” (Estudiante 29)

La mayoría de los encuestados considera que tienen capacidades buenas o de nivel intermedio para identificar oportunidades, pero siguen resaltando una barrera en la ejecución.

En general los estudiantes muestran un buen nivel de creatividad y generación de ideas, influenciados en gran parte por su entorno académico, su familia y su círculo social. Sin embargo, existe una notable brecha en la ejecución de estas ideas debido a obstáculos financieros, falta de conocimiento y apoyo, así como barreras personales.

A pesar de estos desafíos, hay un fuerte interés en el emprendimiento, y los estudiantes están dispuestos a buscar soluciones y estrategias para superar estos obstáculos y llevar a cabo sus ideas. Esta disposición indica un potencial significativo para la innovación y el emprendimiento si se proporcionan los recursos y el apoyo adecuados.

Mediante la implementación de diversas estrategias, la universidad puede proporcionar a los estudiantes un apoyo para superar las barreras que enfrentan y convertir sus ideas innovadoras en realidades exitosas. Como ofrecer cursos, certificaciones o asesoría en áreas como; fuentes de financiamiento, administración de empresas, marketing digital y desarrollo de productos.

También se pueden incorporar módulos de emprendimiento y creatividad en los programas de estudio existentes, fomentando un enfoque interdisciplinario, o establecer una red de mentores compuesta por empresarios exitosos, exalumnos emprendedores y profesores especializados que puedan guiar a los estudiantes en sus proyectos. Esto no solo beneficiará a los estudiantes, sino que también contribuirá al desarrollo económico y social de la comunidad universitaria y más allá.

❖ **Motivación y Propósito**

Los estudiantes encuestados muestran una motivación y propósito sólidos hacia el emprendimiento. Están determinados a superar los obstáculos identificados y muchos ya están tomando pasos concretos para prepararse y planificar su camino hacia el éxito. La combinación de motivaciones intrínsecas y extrínsecas, junto con un claro reconocimiento de la importancia del apoyo y la formación, indica que, con los recursos y el soporte adecuados, estos estudiantes tienen un alto potencial para convertirse en emprendedores exitosos y realizar un impacto significativo en sus comunidades.

Al preguntarles si pensaban tener algún día su propio emprendimiento, la mayoría de los estudiantes muestran un claro interés en tener su propio negocio en el futuro. Muchos ya tienen una visión específica del tipo de negocio que desean iniciar o lo están desarrollando. A continuación, algunas de sus respuestas:

- “Sí, Obvio” (Estudiante 1)
- “Sí, ya tengo uno” (Estudiante 14)
- “Sí, es una de mis visiones y uno de mis sueños” (Estudiante 28)

Se encuentra una motivación intrínseca que se manifiesta en el deseo de muchos estudiantes de realizar sus sueños, superar sus propios límites y contribuir positivamente a la sociedad y también una motivación extrínseca, como el deseo de estabilidad financiera, el reconocimiento social y la influencia positiva de su entorno académico.

Es importante resaltar que hay una serie de barreras identificadas y estrategias para superarlas. Los estudiantes son conscientes de los numerosos obstáculos que podrían enfrentar, como la falta de recursos financieros, el miedo al fracaso, la competencia y la falta de conocimiento. Pero al mismo tiempo han pensado en estrategias para superar dichos obstáculos, incluyendo el ahorro, la búsqueda de financiamiento, la formación y la planificación estratégica.

Otro aspecto positivo es que algunos estudiantes mencionan que desean que sus emprendimientos tengan un impacto en la sociedad, lo que indica un propósito más allá del éxito financiero y también ven el emprendimiento como una oportunidad para crecer personal y profesionalmente, aprender nuevas habilidades y enfrentar desafíos.

Al consultar sobre las consecuencias positivas o los aspectos más atractivos de tener su propio negocio, los resultados de las encuestas muestran una fuerte inclinación hacia la independencia y el control sobre su trabajo y tiempo, valoran la libertad creativa y financiera, y están motivados por la realización personal y profesional. Quieren tener un impacto positivo en su comunidad y obtener reconocimiento personal a través de sus propios esfuerzos y emprendimientos.

- “Manejar mi propio tiempo, innovar de manera personal, marcar una diferencia en aspectos como el humanismo, trato de personal, trato de recursos, residuos”

(Estudiante 2)

- “El tiempo, vas a tener tus propias ganancias, tú tienes la libertad de manejar tu propia empresa, no tienes que darle... osea, tu eres tu propio jefe, entonces te tienes que dar las cosas a ti mismo, la verdad es como crecimiento personal” (Estudiante 15)

La libertad para innovar y ser creativos es una motivación clave. Los estudiantes quieren tener la libertad de implementar sus propias ideas y estrategias sin restricciones. También buscan la libertad financiera y el control sobre sus ingresos, lo cual consideran que un negocio propio puede proporcionar. Además, desean generar un impacto positivo en la comunidad mediante la creación de empleo y contribuyendo al bienestar social. También buscan reconocimiento personal y la oportunidad de construir una marca personal.

En general estos resultados concuerdan en su mayoría con las principales motivaciones de los emprendedores dinámicos por país o región mencionadas por Marulanda & Montoya, (2014), tomadas del trabajo de Kantis et al., (2004), como lo son:

- Autorrealización
- Contribuir a la sociedad
- Modelos de rol
- Independencia
- Mejorar ingresos
- Enriquecerse
- Seguir la tradición familiar
- Estatus social

Aunque no necesariamente en el mismo orden. El trabajo de Hugo Kantis, Pablo Angelelli y Virginia Moori, titulado "Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional" (2004), es un estudio fundamental en el campo del emprendimiento en América Latina. Este trabajo analiza las características y los factores que influyen en el desarrollo emprendedor en la región, comparando las experiencias latinoamericanas con las de otras regiones del mundo.

Dicho trabajo ofrece insights valiosos y recomendaciones prácticas para mejorar el ecosistema emprendedor en la región, que también pueden ser útiles en este caso puntual, como: Fomentar la colaboración entre el sector público, el sector privado y las instituciones educativas; Desarrollar mecanismos financieros innovadores y accesibles que apoyen a los emprendedores en diferentes etapas de su desarrollo; Implementar programas de capacitación que mejoren las habilidades empresariales, con un enfoque en la educación continua y la formación práctica; Simplificar los trámites burocráticos y reducir las barreras administrativas que dificultan la creación y el crecimiento de nuevas empresas y Fomentar una cultura que valore y apoye el emprendimiento desde una edad temprana, incluyendo cambios en los currículos educativos y campañas de sensibilización pública.

❖ **Recursos y Apoyo** (*Falta de recursos y capital - financiamiento*)

Las entrevistas revelaron una serie de obstáculos identificados por los participantes, que incluyen la falta de recursos económicos iniciales, la competencia en el mercado y la incertidumbre sobre la aceptación del producto o servicio.

En respuesta a estos desafíos, los entrevistados demostraron una planificación activa para superarlos, a través de diferentes medios, como el ahorro, herencias, financiamientos y la

búsqueda de inversión externa, ya que reconocen la importancia de comprometer recursos financieros en intervalos periódicos para su proyecto. Destacan la necesidad de tener una base sólida para asegurar la viabilidad y crecimiento de su negocio.

Muchos estudiantes mencionaron el ahorro como una estrategia para gestionar sus recursos. Este enfoque muestra una actitud prudente y una planificación a largo plazo.

- “Yo ahorro el 30% de mis ingresos, los ahorro para el emprendimiento”

(Estudiante 12)

También planifican gestionar el riesgo a través de una diversificación de sus fuentes de financiamiento (bancos, socios, familiares) y una buena planificación. Una parte significativa de los estudiantes planea recurrir a préstamos bancarios o buscar socios para financiar sus emprendimientos. Esto indica una confianza en las instituciones financieras y en la colaboración para mitigar riesgos.

- “Pues realmente es importante el factor financiero para poder que el negocio crezca cada cierto tiempo, buscar la manera de que se le pueda inyectar a capital para poder crecer” (Estudiante 18)

Se resalta que mencionan la importancia de adquirir conocimientos financieros y realizar estudios de mercado antes de ejecutar una idea de negocio. Esto subraya que son conscientes de la necesidad de estar bien informados para tomar decisiones financieras inteligentes.

- “Para tratar de minimizar los riesgos yo creo que uno debe de llevar primero que todo una planificación, eso va incluido con los presupuestos y ahí luego los presupuestos yo creo que algo muy importante son las proyecciones en ventas, es decir, cuánto... cuánto usted cree o cuánto estima usted, que va a vender al mes y así usted

pronostica si le va a ir muy bien, Yo creo que eso va todo enfocado en la planificación y en el presupuesto” (Estudiante 24)

Es notable el compromiso de los entrevistados para dedicar tiempo significativo a la investigación, planificación y ejecución del negocio y la percepción sobre la gestión del riesgo financiero asociado con el emprendimiento; pues al consultarles, Cuánto tiempo estarían dispuestos a invertir en la investigación y planificación para establecer tu propio negocio, la mayoría respondió que el tiempo que sea necesario, varias horas al día e incluso años:

- “Si es para algo propio, todo el tiempo que sea necesario” (Estudiante 9)
- “Lo que sea necesario, los años y el tiempo que sea necesario” (Estudiante 14)

Las respuestas de los estudiantes revelan una fuerte disposición a invertir tiempo, recursos y hacer sacrificios personales para establecer sus negocios.

- “En el momento, yo pienso vender mi moto y el celular, por darle inicio al proyecto” (Estudiante 12)

Existe un reconocimiento claro de la importancia de comprometer recursos financieros de manera regular, junto con una planificación cuidadosa para gestionar los riesgos asociados. La dependencia de diversas fuentes de financiamiento, incluidos bancos, socios y familiares, muestra una estrategia diversificada para asegurar el capital necesario.

En conjunto, estos factores indican que los estudiantes están preparados para enfrentar los desafíos de la creación de empresas con un enfoque realista y bien planificado, aunque también destacan la necesidad de apoyo adicional en términos de recursos y financiamiento para asegurar el éxito de sus emprendimientos.

Las universidades pueden desempeñar un papel crucial en el apoyo a los estudiantes emprendedores, ayudándolos a superar los obstáculos financieros y otros desafíos que enfrentan al iniciar sus negocios y los encuestados están conscientes de ello:

- “Pues hay varias materias que, en la universidad, pues que me han parecido óptimas para esto, como la toma de decisiones, las matemáticas financieras, la toma de riesgos, la toma de decisiones acertantes, yo creo que esta perspectiva y todo el conocimiento que nos brinda la universidad son superimportantes ...” (Estudiante 21)

Como se mencionó anteriormente, la institución puede integrar cursos de emprendimiento, gestión financiera y negociación en el currículo académico para proporcionar a los estudiantes las herramientas y el conocimiento necesarios para desarrollar sus habilidades. También se pueden contemplar cursos de manejo del tiempo y planificación, dado que para ellos este es uno de sus principales recursos y están dispuestos a hacer uso de él.

❖ **Autoevaluación** (*Percepción de capacidades y habilidades relacionadas con el espíritu emprendedor*)

La percepción de capacidades y habilidades en relación con el espíritu emprendedor revela una variedad de opiniones y reconocimientos por parte de los entrevistados. Los participantes muestran autoevaluaciones variadas en cuanto a su capacidad para identificar oportunidades de negocio, desde evaluaciones positivas hasta visiones más modestas de sus habilidades en este aspecto. Esto respondieron algunos, al preguntarles sobre su capacidad y perspicacia para identificar oportunidades de negocio:

- “Alto la verdad un poquito alto, sí veo como varias oportunidades” (Estudiante 25)

- “De una escala del uno al diez, un seis, más que nada por pasar de pensarlo a la acción” (Estudiante 11)
- “Yo creo que todavía me falta” (Estudiante 10)

Aunque la mayoría de los estudiantes considera que tiene una percepción buena o media de sus capacidades para identificar oportunidades, una tercera parte de los encuestados considera que necesitan mejorarlas y aquí se presenta una oportunidad para trabajar por parte de la institución educativa. Sin embargo, la gran mayoría reconoce la importancia fundamental de estas capacidades y habilidades para el éxito como emprendedor:

- “Son totalmente fundamentales, muchas veces un negocio solo necesita de una buena oportunidad, bien aprovechada para poder surgir, porque uno vive de muchos fracasos, pero también puede vivir de un solo éxito” (Estudiante 25)

Algunos entrevistados enfatizan la importancia de la perspicacia y la capacidad de acción para identificar oportunidades de negocio, destacando que esta capacidad va más allá de la mera observación y requiere disposición para actuar de manera efectiva. Además, existe una clara conexión entre la capacidad para identificar oportunidades de negocio y el éxito como emprendedor, según lo reconocido por los entrevistados.

Algunas entrevistas proporcionan ejemplos concretos de cómo los participantes han aplicado sus habilidades de detección de oportunidades en la práctica, lo que demuestra cómo estas habilidades teóricas se traducen en acciones concretas que contribuyen al éxito empresarial, pero se sigue observando una preocupación de llevar sus ideas a la ejecución, por ejemplo:

- “Buena, considero que siempre veo como las oportunidades de negocio, siempre veo como qué puedo hacer, veo los problemas. Pero a veces no los ejecuto” (Estudiante 12)

La ejecución de las ideas en los estudiantes es un aspecto que se debe trabajar, porque los resultados de la encuesta muestran que es un obstáculo repetitivo reconocido por ellos, para llevar a cabo sus proyectos y las causas pueden ser variadas, desde razones económicas hasta factores psicológicos como miedo o confianza.

Las instituciones educativas pueden aplicar estrategias que no solo ayuden a los estudiantes a identificar mejor las oportunidades de negocio, sino que también les proporcionen las herramientas y el apoyo necesarios para convertir sus ideas en proyectos exitosos. Además de ofrecer talleres para la identificación de oportunidades de negocio y el desarrollo de habilidades emprendedoras, hay un tema que se trabaja muy poco en las instituciones educativas colombianas y es el desarrollo de habilidades blandas

Entre los principales factores endógenos se encuentran la audacia, la pasión, la creatividad, el liderazgo, la innovación, la competitividad, la intuición, la persuasión, la eficacia, la capacidad de gestión y la aventura. Estos factores, en conjunto, generan una perspectiva autoevaluativa que, en la Teoría de la Motivación, se conoce como autoeficacia percibida (Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2016).

Incluir formación en liderazgo, gestión de equipos y comunicación efectiva es un factor determinante para ayudar a los estudiantes a tener más confianza y atreverse a ejecutar sus ideas. También es importante fomentar la resiliencia y adaptabilidad; enseñar a los estudiantes a manejar el fracaso y la incertidumbre, promoviendo una mentalidad resiliente, les ayudará a mantenerse enfocados y a no abandonar sus proyectos ante el primer obstáculo que encuentren.

Rodear al estudiante de un ambiente emprendedor es fundamental. Se pueden organizar ferias y conferencias donde los estudiantes interactúen con emprendedores, inversores y otros

estudiantes con intereses similares, o donde expongan sus propios emprendimientos, ya sean reales o simulados.

Crear plataformas de conexión, también es una excelente opción para facilitar herramientas en línea que permitan a los estudiantes crear comunidad, compartir ideas, colaborar en proyectos y encontrar socios comerciales.

❖ **Experiencias personales**

La encuesta revela un alto nivel de proactividad y creatividad entre los estudiantes para identificar y aprovechar oportunidades de negocio. Al solicitar que proporcionaran ejemplos en los que identificaran situaciones o estuvieran alerta a cambios en el mercado, varios estudiantes reconocieron la demanda de productos específicos, como tapabocas, durante la pandemia y aprovecharon la oportunidad para producir y vender estos artículos.

Otros observaron tendencias ambientales y comercializaron o desarrollaron productos como copas menstruales y rascadores para gatos ecológicos, destacando la relevancia de soluciones sostenibles en el mercado actual. También han identificado oportunidades basadas en tendencias populares, como el auge de productos específicos (por ejemplo, tejidos relacionados con personajes de películas) y adaptaron sus negocios familiares para satisfacer estas demandas.

La participación en ferias, eventos universitarios y periodos festivos ha sido una estrategia común entre los estudiantes para lanzar productos temporales y generar ingresos adicionales.

El uso de modelos de negocio no tradicionales, como suscripciones para servicios locales y venta de productos personalizados, muestra la capacidad de los estudiantes para aplicar conceptos innovadores en su emprendimiento.

- “Si, por lo menos ahorita aparte de suscripciones como lo manejan las empresas grandes de streaming, yo creo que el modelo de negocios de las suscripciones se podría utilizar para diferentes tipos de servicios locales” (Estudiante 7)

Algunos ya tienen emprendimientos en marcha, lo cual demuestra su capacidad para observar el entorno, adaptarse a los cambios del mercado y actuar sobre sus ideas.

- “Hablo de mi negocio y es que cuando lo inicié, de pronto no había tantos negocios como hoy en día, siempre dije como este nicho de mercado, es bueno, pero no tuve como los recursos para iniciarlo. En un momento fue como un Bum y pues ahora se ve mucho negocio, pero considero que es un buen nicho de mercado” (Estudiante 12)

- “Si, por el momento estoy iniciando un emprendimiento de tubos de neón estoy iniciando con eso también, con impresión 3D, llaveros todas esas cosas” (Estudiante 27)

De las personas encuestadas 5 ya tienen marcha emprendimientos propios y una persona está retomando de nuevo su negocio y diversificándolo, un aspecto positivo, pues a pesar de que esta en su proceso de formación y están muy jóvenes (de 17 a 25 años en su mayoría), ya empezaron a ejecutar sus proyectos.

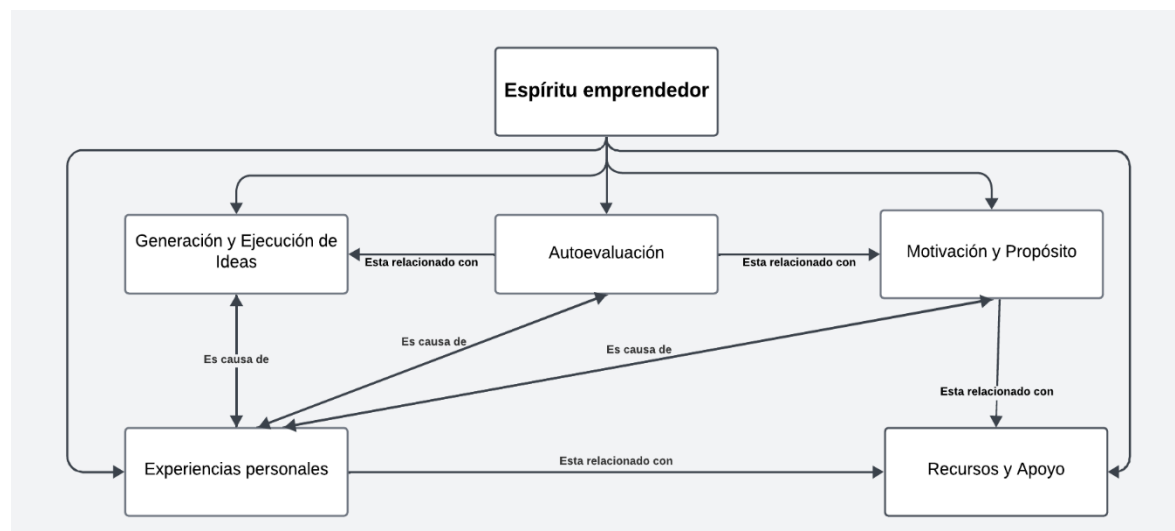
También es importante mencionar que de las 30 personas encuestadas 22 estudiantes tienen un familiar o persona en sus círculo social con un emprendimiento como se ve en las tablas 7 y 8. La influencia de un entorno emprendedor familiar y social es significativa para los estudiantes. Este entorno proporciona modelos a seguir y una fuente de inspiración que puede motivar a los estudiantes a desarrollar y perseguir sus propias ideas de negocio.

Los estudiantes que crecieron en familias con negocios propios han estado expuestos a la dinámica del emprendimiento desde temprana edad. Esto incluye la identificación de oportunidades, la gestión de riesgos y la resiliencia ante los desafíos. Tener amigos y familiares emprendedores ofrece a los estudiantes una red de apoyo y recursos, incluyendo consejos prácticos, experiencias compartidas y posiblemente, apoyo financiero o logístico. Un entorno social que valora y practica el emprendimiento puede fomentar una cultura donde la innovación y la toma de riesgos son celebradas y apoyadas.

- **Interacción de las dimensiones del espíritu emprendedor**

La relación entre generación y ejecución de ideas, motivación y propósito, recursos y apoyo, autoevaluación y experiencias personales; con el espíritu emprendedor es compleja y multidimensional. Cada una de estas variables aporta un componente crítico que, en conjunto, determina la capacidad de una persona para emprender con éxito.

La figura 1, muestra cómo cada una de las variables se relaciona con el espíritu emprendedor. La integración de estas variables proporciona una visión completa de los factores que influyen en la disposición y capacidad de una persona para emprender. Identificar oportunidades, tener una motivación clara, contar con recursos y apoyo, realizar una autoevaluación honesta y aprovechar las experiencias personales son elementos fundamentales para desarrollar un espíritu emprendedor sólido.

Figura 1:*Red de Variables de las dimensiones Propuestas*

Fuente. Autoría propia

Descripción del Modelo

Espíritu Emprendedor. Es el tema principal y central del modelo, que se relaciona con todas las demás variables. Representa el conjunto de características, actitudes y comportamientos necesarios para emprender.

Generación y Ejecución de Ideas. Involucra la capacidad de identificar oportunidades en el mercado y aplicar innovación y creatividad para generar nuevas ideas de negocio, así como la puesta en marcha de dichas ideas.

Motivación y Propósito. Se refiere a la motivación intrínseca del emprendedor y su capacidad para definir un propósito claro y objetivos que guíen su emprendimiento.

Recursos y Apoyo. Incluye los recursos tanto materiales como financieros y las redes de apoyo que son esenciales para la viabilidad del emprendimiento. También abarca el acceso a mentores y asesoría.

Autoevaluación. La autoevaluación de las propias capacidades y habilidades relacionadas con el emprendimiento es crucial para determinar la preparación y el potencial de éxito.

Experiencias Personales. Las experiencias previas en emprendimientos y la influencia de familiares y amigos con emprendimientos propios juegan un papel importante en la formación del espíritu emprendedor.

Estas variables no operan de manera aislada, sino que interactúan dinámicamente para influir en el espíritu emprendedor. Por ejemplo, una fuerte motivación puede compensar parcialmente la falta de recursos, y una alta autoevaluación puede inspirar la generación de ideas innovadoras.

La interacción entre estas variables puede generar ciclos de retroalimentación positiva. Un emprendedor motivado y con buena percepción de sus habilidades es más probable que identifique oportunidades de negocio y busque activamente recursos y apoyo, lo que a su vez puede aumentar su confianza y motivación.

Existe una conexión entre el espíritu emprendedor de los estudiantes y su percepción de la motivación o propósito de ser emprendedores. Un estudiante con un alto espíritu emprendedor es probable que vea el emprendimiento como una opción deseable y aspiracional, posiblemente debido a la percepción de la autonomía, la creatividad y el potencial de éxito asociado con ser empresario. Por otro lado, aquellos con un bajo espíritu emprendedor o con experiencia personales

negativas o poco influenciadas por un círculo emprendedor, pueden no considerar el emprendimiento como una opción deseable, posiblemente debido a preocupaciones sobre el riesgo, la estabilidad financiera o la falta de interés en asumir responsabilidades empresariales.

La relación indica también que el espíritu emprendedor de los estudiantes está vinculado a su capacidad para detectar oportunidades de negocio. Un estudiante con un fuerte espíritu emprendedor probablemente esté más atento a identificar oportunidades en el mercado, evaluar su viabilidad y actuar en consecuencia para convertirlas en negocios exitosos. Por el contrario, aquellos con un espíritu emprendedor menos desarrollado pueden tener dificultades para detectar oportunidades o pueden carecer del impulso necesario para perseguirlas.

La universidad puede actuar como un facilitador al proporcionar un entorno que fomente la motivación, el acceso a recursos, la autoevaluación positiva y la generación de ideas innovadoras. Esto puede incluir programas de mentoría, acceso a redes de inversores, talleres de habilidades blandas y oportunidades para interactuar con emprendedores exitosos.

Conclusión

La identificación de oportunidades o necesidades en el mercado y la innovación y creatividad son esenciales para el espíritu emprendedor. La habilidad de detectar oportunidades no explotadas y la capacidad de desarrollar soluciones innovadoras son pilares fundamentales del emprendimiento. Sin estas habilidades, es difícil iniciar o mantener un proyecto emprendedor. Es importante mencionar que la falta de ejecución fue identificada como un problema recurrente, sugiere la necesidad de apoyo adicional para transformar ideas en acciones concretas.

La motivación y un propósito claro son motores que impulsan a los emprendedores a perseverar frente a los desafíos. Sin una fuerte motivación, los emprendedores pueden desanimarse fácilmente cuando enfrentan obstáculos. La universidad puede jugar un papel crucial al inspirar a los estudiantes y ayudarlos a encontrar su propósito, lo que a su vez puede aumentar su motivación para emprender.

La falta de recursos y financiamiento es una barrera significativa para muchos emprendedores. Sin acceso a capital, incluso las ideas más prometedoras pueden quedarse en el camino. Es crucial que las instituciones educativas ofrezcan programas de financiación, conexiones con inversores y formación sobre cómo acceder a recursos.

La percepción de las propias capacidades y habilidades está estrechamente ligada al espíritu emprendedor. Los emprendedores que confían en sus habilidades son más propensos a tomar riesgos y a persistir en sus proyectos. Programas de formación y talleres que ayuden a los estudiantes a evaluar y mejorar sus competencias pueden fortalecer esta variable. Es muy importante tener en cuenta los resultados de los estudios de Díaz-Díaz et al., (2021), donde estimaron que a mayor nivel de formación académica se podría disminuir las probabilidades de tener un emprendimiento consolidado, pues el miedo al fracaso actúa como un factor que reduce la fortaleza de los emprendimientos. Lo que se debe buscar es dar un refuerzo positivo, que motive y llene de conocimiento valiosos al estudiante y no saturarlo de información que lo llene de miedos y conflictos.

Las experiencias personales, incluyendo la exposición a familiares y amigos emprendedores, juegan un papel importante en el desarrollo del espíritu emprendedor. Ver

ejemplos cercanos de éxito emprendedor puede inspirar y motivar a los estudiantes. Crear un entorno que fomente la interacción con emprendedores puede ser altamente beneficioso.

Los estudiantes exhiben una diversidad de motivaciones para emprender, abarcando desde el deseo de autonomía y la búsqueda de realización personal hasta la aspiración de generar un impacto económico y social significativo.

La percepción de la viabilidad y deseabilidad del emprendimiento influye notablemente en la disposición de los estudiantes para iniciar un negocio. Aquellos que ven el emprendimiento como factible y atractivo tienden a mostrar un mayor espíritu emprendedor.

El análisis destaca la importancia crítica del esfuerzo personal y el compromiso en el proceso emprendedor. Los estudiantes están dispuestos a invertir tiempo, recursos y sacrificios personales para hacer realidad sus proyectos empresariales. Además, reconocen la importancia de desarrollar habilidades emprendedoras, como la capacidad de identificar oportunidades y la disposición para asumir riesgos calculados.

Los hallazgos subrayan la importancia estratégica de la planificación cuidadosa y la gestión del riesgo para la viabilidad de los emprendimientos. Los estudiantes muestran una sólida conciencia del entorno empresarial y están dispuestos a tomar medidas proactivas para mitigar los riesgos asociados con el emprendimiento. Lo que lleva a concluir que hay un nivel de espíritu emprendedor medio-alto entre los estudiantes encuestados en la carrera de administración de empresas de la Universidad de la Valle, resaltando su claro deseo de tener algún día un emprendimiento, su generación de ideas e identificación de oportunidades y la intención que tienen de sacrificar recursos y planificar sus proyectos, asumiendo riesgos que puedan enfrentar en el camino.

Finalmente, los resultados sugieren un alto potencial de desarrollo emprendedor entre los estudiantes universitarios entrevistados, con amplias oportunidades para fomentar y respaldar iniciativas empresariales que contribuyan al crecimiento económico y social y que concuerdan con los resultados del proyecto GUESS 2018. Este análisis revela que el espíritu emprendedor entre los estudiantes está influenciado por una combinación de factores personales, percepciones del entorno empresarial y disposición para enfrentar desafíos.

Recomendaciones

Para trabajos o investigaciones futuras, se recomienda una ampliación de la muestra y diversificación demográfica, incluir estudiantes de más disciplinas y de diferentes universidades; comparar el espíritu emprendedor entre estudiantes de distintas regiones o países para identificar diferencias y factores culturales que puedan influir en el emprendimiento para obtener una visión más completa del espíritu emprendedor. Esto permitirá obtener una perspectiva representativa en diferentes poblaciones estudiantiles.

También se pueden incorporar factores contextuales. Como el ecosistema emprendedor local, el apoyo institucional y las oportunidades de mercado influyen en las actitudes y comportamientos emprendedores de los estudiantes, considerando un estudio longitudinal, para seguir la evolución del espíritu emprendedor en los estudiantes a lo largo del tiempo para comprender mejor cómo cambian las actitudes y percepciones hacia el emprendimiento a medida que avanzan en sus estudios y carreras.

Otro factor relevante es hacer alianzas entre las universidades para llevar a cabo las investigaciones, ya que profesores mostraron voluntad en ser parte de la investigación con intereses personales o institucionales, además, esto facilita el proceso de la realización de las

encuestas, pues los estudiantes mostraron resistencia a responder preguntas con una persona ajena a la universidad, pero al trabajar con un monitor que era conocido por ellos, accedieron fácilmente a dedicar tiempo e interés en la encuesta.

Resumiendo, herramientas de mejora para las categorías planteadas de acuerdo con los resultados de las encuestas, la universidad puede implementar programas de innovación y creatividad y utilizar ejemplos de emprendimientos exitosos para inspirar y motivar a los estudiantes, creando espacios y talleres donde los estudiantes puedan identificar oportunidades de negocio y desarrollar sus ideas, con el objetivo de fomentar la generación y ejecución de ideas.

Para incentivar la motivación y propósito, se pueden desarrollar programas de mentoría que incluyan:

- Conectar a los estudiantes con emprendedores experimentados que puedan guiarlos y motivarlos o contar sus experiencias.
- Integrar asignaturas de desarrollo personal: Incluir cursos que ayuden a los estudiantes a descubrir su propósito y plantear objetivos para mantenerse motivados y con un fin en mente.

En cuanto a los recursos y el apoyo, entendiendo que se trata de una universidad pública donde la mayoría de los estudiantes no cuenta con los recursos suficientes para poner en marcha un proyecto a corto plazo. Se pueden brindar herramientas para facilitar acceso a financiamiento, crear fondos de apoyo para proyectos emprendedores y facilitar la conexión con posibles inversores.

Para promover la percepción y el desarrollo de habilidades se puede ofrecer formación continua en habilidades blandas relacionadas con el emprendimiento y fomentar la realización de autoevaluaciones periódicas y proporcionar retroalimentación constructiva.

Finalmente, en cuanto a las experiencias personales, para aumentar la exposición al mundo emprendedor y enriquecer al estudiante con actividades positivas, se debe fomentar la participación en eventos emprendedores: Organizar ferias, conferencias y competiciones de emprendimiento donde los estudiantes puedan presentar sus proyectos y aprender de otros. Sacar provecho de la tecnología, hacer uso de plataformas de networking, desarrollar comunidades en línea donde los estudiantes puedan conectar, colaborar y compartir experiencias.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. McGraw-Hill.
- Aleman, L., Alvarez, C., Planellas, M., & Urbano, D. (2011). *Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España*. ESADE, Entrepreneurship Institute.
- Arango-Botero, D., Valencia-Arias, J., Palacios-Moya, L., & Garcés Giraldo, L. F. (2022). *Análisis de perfiles de espíritu emprendedor en jóvenes universitarios*. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 67. <https://doi.org/10.35575/rvucn.n67a3>
- Araya Pizarro, S. C. (2021). *Influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del alumnado universitario*. *Revista Educación*, 45(1). <https://doi.org/10.15517/revedu.v45i1.43748>
- Ornelas, C. (2015). *El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano*. *Conciencia Tecnológica*, 49, 46-51. <https://www.redalyc.org/pdf/944/94438997006.pdf>
- Córdoba, A. F., & Díaz, N. C. (2022). *La importancia del emprendimiento*. *Travesía Emprendedora*, 6(1). <https://doi.org/10.31948/travesiaemprendedora.vol6-1.art17>
- Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). *Defining entrepreneurship Journal of Small Business Management*. *Journal of Small Business Management*, 29(1), 45–61.
- Davis, R. C., & McClelland, D. C. (1962). *The Achieving Society*. *Technology and Culture*, 3(3). <https://doi.org/10.2307/3100843>

- Díaz-Díaz, N., Fajardo, E., & Romero, H. (2021). *Cultura y emprendimiento en Colombia: un estudio correlacional para el 2017*. Cuadernos Latinoamericanos de Administración , 17(33).
- Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice (10th ed.)*. Cengage Learning.
- Espíritu Olmos, R. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: Un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence*. Journal of Small Business Management, 53(1), 75-93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Galindo, R., & Echavarría, M. V. (2011). *Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia*. Revista EIA, 15, 25-37.
- Gallardo, A. A. A., & Campuzano, L. E. M. (2013). *Espíritu emprendedor en estudiantes de educación superior*. Pistas Educativas, 33(106), 12-25.
- Grebel, T. (2004). *Entrepreneurship A New Perspective*. Routledge.
- Guzmán, A., & Trujillo, M. A. (2008). *Emprendimiento social: Revisión de literatura*. Estudios Gerenciales, 24(109), 105-123.
- Hémbuz Falla, G. D., Sánchez Avilés, A. M., & Bermeo Diaz, V. (2020). *Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: Una*

aproximación teórica. Revista Boletín Redipe, 9(8).
<https://doi.org/10.36260/rbr.v9i8.1049>

Jena, R. K. (2020). *Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study.* Computers in Human Behavior, 107. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>

Kantis, H., Angelelli, P., & Moori Koenig, V. (2004). *Desarrollo emprendedor en América Latina y la experiencia internacional: Un enfoque sistémico de la creación de empresas.* Inter-American Development Bank.

Kantis, H., Federico, J., & Ibarra García, S. (2018). *Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: Una herramienta para la acción en América Latina.* PRODEM. <https://prodem.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2018/10/Informe-PRODEM-2018.pdf>

Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). *Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs.* *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
<https://doi.org/10.1177/104225879401800307>

Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Schindehutte, M. (2015). *Understanding the dynamics of entrepreneurship through framework approaches.* *Small Business Economics*, 45(1), 1-13. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9627-3>

Leite, E., Bezerra Correia, E., Sánchez-Fernández, M. D., & Leite, E. (2015). *El espíritu emprendedor: Condicionantes para la innovación.* HOLOS, 5.
<https://doi.org/10.15628/holos.2015.2896>

- Aguilar Briones, L. H., & Oseda Gago, D. (2021). *Contexto sociocultural en el espíritu emprendedor de estudiantes de instituciones educativas secundarias de Trujillo, 2020*. *Ciencia Latina*, 5(4), 3929. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/594/758>
- Martínez Gámez, A. E. (2016). *Factores socio-culturales asociados al emprendedor: Evidencia empírica para América Latina*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(74). <https://doi.org/10.31876/revista.v21i74.21262>
- Martins, I., Pérez, J. P., Alvarez, C., López, T., Moreno Gómez, J., & Hugueth, A. (2019). *El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia: Resultados del Proyecto GUESSS 2018*. Universidad EAFIT. <http://www.eafit.edu.co/>
- Marulanda, F., & Montoya, I. (2014). *Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento*. *Pensamiento & Gestión*, 36, 14-29.
- Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Gualdrón, S. T. (2016). *Entorno y motivaciones para emprender*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 11-28. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Ochoa-Jiménez, S., Apodaca-Cabrera, A.-S., & Corrales-Villegas, S.-A. (2020). *La educación emprendedora en instituciones de educación superior: Un acercamiento teórico*. *Administración y Organizaciones*, 23(44), 73-89.
- Ovalles Toledo, L. V., Moreno Freites, Z., Olivares Urbina, M. Á., & Silva Guerra, H. (2018). *Habilidades y capacidades del emprendimiento: Un estudio bibliométrico*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 142-160.

- Peeverelli, P. J., & Song, J. (2012). *Chinese entrepreneurship: A social capital approach*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-28206-5>
- Pitre-Redondo, R. C., Hernández-Palma, H. G., & Sierra-Parodi, A. (2020). *Creación de empresas en Colombia: Un análisis del perfil del emprendedor moderno*. Clío América, 14(28), 1-20. <https://doi.org/10.21676/23897848.3854>
- Ramírez, R., Ramírez, I. E., & Martínez, E. A. (2014). *Los proyectos financiados con remesas en Zacatecas y los modelos de emprendimiento*. Conciencia Tecnológica, 47, 32-41.
- Shapero, A. (1982). *Social dimensions of entrepreneurship*. En C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice Hall.
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). *Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio*. Formación Universitaria, 9(1), 25-32. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Toma, S.-G., Marinescu, P., & Săseanu, A. (2018). *Schools of thought: The case of entrepreneurship*. Manager, 27, 10-21.
- Varela, R., & Bedoya, O. L. (2006). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias*. Universidad del Valle.
- Zamudio, L. E. V. (2023). *La perspectiva económica de Colombia en 2023*. Apuntes del Cenes, 42(75), 85-102. <https://doi.org/10.19053/01203053.v42.n75.2023.15791>

ANEXOS

Anexo A

Preguntas de entrevista espíritu emprendedor

Datos Generales
Edad
Género
Departamento de nacimiento
Carrera Universitaria
Semestre Actual
Estado civil
¿Cuántos hijos tiene?
¿Cuántas personas dependen de usted?
Preguntas al entrevistado
¿En su familia, hay personas que cuenten con un emprendimiento propio? Si es así, mencione ejemplos
¿En su círculo social, hay personas que cuenten con un emprendimiento propio? Si es así, mencione ejemplos
¿Frecuentemente se le ocurren ideas para solucionar problemas o identificar oportunidades?
¿Regularmente pone en marcha o ejecuta esas ideas?
¿Piensa tener algún día su propio emprendimiento?
¿Cuáles son los aspectos más atractivos de tener tu propio negocio en comparación con trabajar para otra persona o compañía?
¿Qué obstáculos crees que podrían surgir en el camino hacia la creación de tu propio negocio?
¿Como planeas superar dichos obstáculos?
¿Qué consecuencias positivas anticipas o consideras atractivas al tener tu propio negocio en lugar de trabajar para una empresa?
¿Cuánto tiempo estarías dispuesto a invertir en la investigación, planificación y ejecución para tu negocio?
¿Qué sacrificios personales estarías dispuesto a hacer para lograrlo?
¿Cómo evalúas la importancia de comprometer recursos financieros en intervalos periódicos para llevar a cabo tu proyecto de negocio?
¿Qué recursos está dispuesto a comprometer para la creación de tu emprendimiento?
¿Cómo planeas gestionar el riesgo financiero asociado con la creación de tu empresa?
¿Cómo evalúas tu capacidad y perspicacia para identificar oportunidades de negocio?
¿En qué medida consideras que estas habilidades son fundamentales para el éxito como emprendedor?
¿Puedes proporcionar ejemplos de situaciones en las que hayas identificado oportunidades de negocio o hayas estado alerta a cambios en el mercado que podrían generar nuevas oportunidades?