

**CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE
ADMINISTRACIÓN DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS
LIBERTADORES-SEDE BARRANQUILLA**

SHIRLY ESTHER MARRUGO MORALES

WILLINGTON RAFAEL CONTRERAS ESCOBAR

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BARRANQUILLA**

2016

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

3

| | | |
|-----|---|----|
| 1. | PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 15 |
| 1.1 | FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 17 |
| 2. | JUSTIFICACIÓN | 18 |
| 3. | OBJETIVOS | 21 |
| 3.1 | OBJETIVO GENERAL | 21 |
| 3.2 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 21 |
| 4. | METODOLOGÍA | 22 |
| 4.1 | TIPO DE INVESTIGACIÓN | 22 |
| 4.3 | POBLACIÓN | 23 |
| 4.4 | RESULTADOS | 24 |
| 5. | CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PRESUPUESTO | 55 |
| 5.1 | CRONOGRAMA | 55 |
| 5.2 | PRESUPUESTO | 55 |
| 6. | MARCO TEÓRICO | 57 |
| 6.1 | VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DESDE EL TRABAJO DE LAS UNIVERSIDADES | 57 |
| 6.2 | CONCEPTUALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO | 60 |
| 6.3 | ACTITUDES EMPRENDEDORAS | 62 |
| 6.4 | FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES | 68 |
| 7. | PRESENTACIÓN DE LOS HALLAZGOS | 72 |
| 8. | ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE CONFORMIDAD CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS | 70 |

9.CONCLUSIONES

10,BIBLIOGRAFÍA

11.ANEXOS

INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta investigación consiste en averiguar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de Administración de la Fundación Universitaria Los Libertadores-Sede Barranquilla. El tema del emprendimiento no es nuevo dentro de las agendas de los gobiernos y los procesos de desarrollo, pero sí lo es para las instituciones educativas que han asumido la tarea, junto con el estamento público de impulsar acciones encaminadas a transformar la cultura empresarial, convirtiéndola en emprendedora, tratando de alcanzar niveles más altos de bienestar para la sociedad.

Múltiples investigaciones como las de Timmons y Spinelli (2007) han venido demostrando que los emprendedores están transformando el mundo a partir de la innovación y el reconocimiento de oportunidades en lugar de problemas. Para lograr que las empresas sobrevivan a la globalización y a una mayor competencia, el propósito general entonces es que los empresarios se conviertan en emprendedores que dirijan esa actitud empresarial.

Binks y Vale (1991) además han descubierto que “el impacto de la empresarialidad en el crecimiento económico está asociado al ingreso de distintos tipos de firmas a la economía: las que introducen innovaciones al mercado y desplazan el espacio de negocios, las que asignan recursos a la explotación de dichas innovaciones y, por último, las que realizan en forma más eficiente las actividades preexistentes. Una adecuada combinación de estos distintos tipos de

nuevas firmas facilitará que la economía se ubique sobre una frontera de posibilidades económicas en permanente expansión”.

Así lo entiende el gobierno nacional el cual, desde la política de “prosperidad democrática” del Presidente Santos proyecta, para ir más lejos, el desarrollo del emprendimiento de alto impacto en todo el país. Este tipo de emprendimiento se define como “el emprendimiento que crece rentable, rápida y sostenidamente, y que es capaz de lograr un nivel de ventas bastante significativo en una década” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2012, p.1).

En el caso de Colombia, se ha determinado que las empresas de alto impacto son las que pueden alcanzar ventas superiores a \$6.000 MM COP en máximo una década (ventas significativas), márgenes operativos por encima del 10% (rentabilidad) y margen operativo promedio histórico superior al 7% (sostenibilidad) (Cámara de Comercio de Bogotá, 2012, p.1)..

Ahora bien, inicialmente los esfuerzos institucionales se enfocaron en el desarrollo tradicional, pero ahora se ha iniciado la escalada de los proyectos porque esta modalidad favorece la creación de empleos de calidad y de impulsar el crecimiento y la innovación. Aunque los emprendimientos de alto impacto tan sólo alcanzan el 5% y el 6% del total de las empresas de una economía, su impacto en ella es contundente porque generan hasta el 70% de los nuevos empleos, los cuales son mejor remunerados (mínimo 3 veces el SMMLV por

empleado) y son más estables porque están basados en el conocimiento y la innovación (Cámara de Comercio de Barranquilla, 2016).

En este gran proyecto Colombia tiene grandes desafíos y por eso se enfoca en el desarrollo de una cultura de emprendimiento que ponga a pensar en grande y entender que es posible enriquecerse a través de este modelo de emprendimiento. En esta tarea, las universidades están convocadas para liderar las actividades a través de un proceso formativo en el que tomen parte también la investigación y el desarrollo.

Desde el ámbito privado, el modelo de emprendimiento de alto impacto se ha pensado para trabajar regionalmente y en este sentido, la Cámara de Comercio de Barranquilla está empeñada en articular los actores con tres ámbitos fundamentales de acción, como son:

1. La convocación de entidades de apoyo para el crecimiento empresarial rápido, especialmente aceleradoras y fuentes de financiación no tradicionales, como fondos de capital ángel o fondos de capital de riesgo, de carácter nacional e internacional. Llamados para trabajar en Barranquilla, estos entes tienen como función.

- Complementar la oferta de servicios a los Emprendedores de Alto Impacto
- Identificación de los emprendimientos de alto impacto que existen en la ciudad

- Cruce entre oferta de servicios al Emprendimiento de Alto Impacto y la demanda de servicios de los Emprendedores locales (Cámara de Comercio de Barranquilla, 2016).

En el año 2015 se logró la instalación de Endeavor, una aceleradora internacional para brindar sus servicios a ocho emprendimientos con alto potencial de impacto. También entró en el proyecto la Corporación Ventures que ofrece cinco servicios de apoyo al emprendimiento como formación, aceleración, fortalecimiento y emprendimiento Corporativo (Cámara de Comercio de Barranquilla, 2016).

Para el 2016 la meta es la instalación de dos nuevas entidades de apoyo que entren a complementar servicios en los procesos de crecimiento rápido, aportando así significativamente al desarrollo del departamento.

También con el liderazgo de la Cámara de Comercio se está prestando apoyo a los sectores que jalonan el emprendimiento en la ciudad. En este sentido se han identificado iniciativas de clústeres, por ejemplo en salud, insumos-agro, diseño, moda y estilo de vida, muebles, turismo y servicios logísticos. También en el área de navegación por el río Magdalena, remodelación del aeropuerto y construcción del nuevo puente (Cámara de Comercio de Barranquilla, 2016).

Así, paulatinamente la ciudad se ha ido consolidando como un territorio muy atractivo para inversionistas nacionales y extranjeros. Por esa razón se ubica

como una de las 30 mejores para hacer negocios en América Latina y como una de las regiones de mayor crecimiento en el país. Barranquilla ha pasado a ser un punto de referencia de emprendimiento de alto impacto puesto que cuenta con la Tasa de Actividad Empresarial (TEA) más alta del país con un 14,17%, un antecedente de actividad empresarial del 50,22% (GEM 2012), además de que el Departamento del Atlántico es el segundo con mayor diversificación de mercados de destino y sofisticación de canasta exportadora (Cámara de Comercio de Barranquilla, Mprende, 2016).

Endeavor logra consolidar una red de mentores constituida por empresarios de experiencia larga y prestigiosa, los cuales brindan 300 horas de mentoría. Se dispone además de un grupo creciente de emprendimientos que logran llegar a los servicios de apoyo de distintas entidades creando de desarrollo económico en sectores como Logística, TIC, Salud, Agroindustria, como los de mayor representación.

En fin, la Cámara de Comercio de Barranquilla en su rol de líder del emprendimiento está enfocada en ayudar a expandir el sistema empresarial de la ciudad para que cualquier persona tenga la oportunidad de crear empresa, contribuyendo al desarrollo económico de la ciudad.

Teniendo en cuenta estos aspectos, el emprendedor puede ser el gerente. Desde esta perspectiva, un emprendedor puede ser un gerente o un colaborador de la empresa que utiliza la experimentación, la imaginación y de la innovación

para encontrar esas oportunidades. De esta manera el emprendedor se convierte en un elemento fundamental de la empresa y la sociedad que actúa sobre los pilares del «saber y aprender a emprender» (Bueno, 2003).

Lo dicho hasta ahora describe la importancia y el impacto del emprendimiento en el ámbito de la economía y del desarrollo nacional. Sin embargo, el logro de esta tarea sería imposible sin la participación del sector educativo.

En efecto, esta tarea le ha sido impuesta a las instituciones educativas a partir de la Ley 1014 de 2006 que fue creada para: “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley” (Congreso de Colombia, 2006). Pero el asunto no ha quedado ahí, ya que el ecosistema emprendedor de Colombia ha recibido el impulso de los planes de desarrollo nacionales los cuales proponen generar prosperidad a través de la creación de empleos bien remunerados, la potencialización y comercialización de la innovación y de la reafirmación de los valores de valores sociales y políticos, entre otras actividades

En el ámbito universitario son muchas las investigaciones que se adelantan sobre el fenómeno multidimensional del emprendimiento y cada institución educativa toma sus propias direcciones y adopta los enfoques que considera más pertinentes para su modelo educativo. Algunos de estos trabajos como el

adelantado por Toca (2010) y que opera como antecedente en la creación del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Rosario, se ocupan de entender el concepto de emprendimiento, su carácter transversal y transdisciplinario, así como reflexionar sobre las alternativas de formación en los emprendedores. Es importante para esta investigación, la posición de Levenburg et al. (2006), que Toca retoma, según la cual las habilidades para iniciar un negocio exitoso son diferentes de las que se requieren para gerenciar un negocio que ya se ha establecido, marcando así una diferencia entre el administrador y el emprendedor.

De otro lado, entre las diversas experiencias sobre universidades colombianas que Toca recoge, se encuentra la que se lleva a cabo en la Universidad del Norte con el Programa Emprendedor que reposa sobre tres cátedras como son la generación de ideas, el desarrollo del espíritu empresarial y la creación de empresas (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN, 2014, p.11). Cómo se ve, estas asignaturas son el fundamento de actitudes como la innovación, la creatividad y la identificación de oportunidades que se consideran propias del emprendedor.

También Jaramillo (2013), llevó a cabo un estudio interesante referido a cómo deben formarse los individuos emprendedores, desde el punto de vista de la didáctica y teniendo en cuenta que “el emprendimiento es un proceso educativo empírico que debe apoyarse en la pedagogía para poder preparar estudiantes de un modo sistémico y eficiente”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN, 2014, p.12).

En la Red de Emprendimiento Universitario – REUNE reposa la investigación que Cubillos y Rodríguez (2013) realizaron, orientada hacia la formación en competencias en los emprendedores, a través de las cuales aprendan a identificar oportunidades y proponer soluciones con respecto a los problemas de su entorno. Adicionalmente se establece aquí que se han dado pocos esfuerzos en cuanto a medir el impacto que tiene la enseñanza del emprendimiento en los estudiantes.

En el ámbito internacional Wompner (s.f.), que se ha ocupado de estudiar el caso chileno, afirma que “la educación debe apuntar a formar los nuevos profesionales capaces de ser flexibles, propensos al cambio y al aprendizaje, a la innovación y al trabajo en equipos multidisciplinarios, es decir, al desarrollo del espíritu emprendedor” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN, 2014, p.12).

Desarrollando esta misma idea Crissien (2009), cree que a pesar de que algunas personas nacen emprendedoras, en otras, las instituciones educativas pueden ayudar a formar el espíritu emprendedor.

En España la investigación de Marina (2010) sostiene que la educación debe consistir en instrucción más formación de carácter, que va desde la psicología hasta la ética. Su visión apoya la nueva pedagogía por competencias porque toda educación es acción y la acción debe ser creadora. Este dinamismo

va encaminado a favorecer la búsqueda, por parte del alumno de algo nuevo, la creación y ampliación de sus posibilidades.

Bajo el marco de la definición que presenta la Ley 1014 de 2006, según la cual el emprendimiento es “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Congreso de Colombia (2006), se tienen en cuenta como antecedentes finales, el trabajo de Shane y Venkataraman (2000) , en el cual se caracteriza a los hombres y mujeres que tienen un comportamiento emprendedor; el Estudio de Actitudes Emprendedoras con profesionales que crearon empresa, de Ricardo Mora Pabón (2011), cuyo objeto es determinar algunas actitudes que han influenciado el emprendimiento en egresados de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y los estudios de Ajzen (1991) que dan origen a la teoría del comportamiento planeado, en donde se señala que la conducta se encuentra prescrita por sus intenciones y a su vez, las intenciones de creación de empresa dependen de la actitud, las normas subjetivas y el control comportamental percibido.

Medir los impactos de los programas, es algo que apenas se inicia en las universidades que aún están enfocados en desarrollar los diferentes proyectos de emprendurismo. . Los resultados de este trabajo permitirán establecer si los estudiantes de la facultad de administración de la Fundación Los Libertadores de

Barranquilla han podido desarrollar esas actitudes emprendedoras a través de los programas que están en curso.

Ahora bien, el estudio se lleva a cabo a través de un modelo de investigación exploratoria porque no existe en la Fundación Los Libertadores un trabajo semejante. Los datos se recogen en un solo momento de tiempo, con diseño cualitativo, ampliamente manejado para el estudio del comportamiento humano.

1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Este proyecto de investigación se genera a partir del problema relacionado con la formación y desarrollo de procesos de emprendimiento dentro del programa académico de Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Los Libertadores con Sede en la ciudad de Barranquilla y sus efectos en la formación de actitudes emprendedoras en los estudiantes.

Aunque todavía se habla de actitudes innatas del emprendedor, en esta investigación se tendrá en cuenta la corriente psicológica que considera el comportamiento emprendedor como “el resultado de la acción conjunta de variables personales asociadas al aprendizaje social” (Shapero, 1984) es decir, un enfoque pasa por encima de las cualidades innatas y superiores para enfocarse en las aprendidas.

Bajo esta premisa, la Ley 1014 de 2006 ha encargado a las instituciones educativas la tarea compartida de promover el emprendimiento a través de su enseñanza. A partir de este momento, las universidades involucran en su problemática la tarea de formar emprendedores en sus aulas y de apoyar en esta tarea a las instituciones gubernamentales bajo los parámetros que establece dicha ley.

Teniendo en cuenta que la formación de emprendedores es una tarea de gran significación para el desarrollo económico y social en el país, es necesario

que se analicen las condiciones de la formación del emprendimiento en las instituciones educativas, y en particular, como lo apunta esta investigación, el conocimiento de la manifestación de las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad que a la larga constituyen la evidencia de que el proceso se encuentra en marcha.

Los emprendedores están transformando el mundo (Timmons y Spinelli, 2007). Ellos crean trabajo a partir de la innovación, reconocen oportunidades, aplican capital de riesgo y cambian la economía. Por lo tanto su formación se convierte en un proceso que requiere una planeación cuidadosa que involucre, el saber, el conocer y también el ser, cuando definitivamente se forje en ellos el espíritu emprendedor.

En razón de lo anterior, el problema tratado en esta investigación es el que genera la formación de individuos emprendedores a través de competencias específicas que incluye el plan de estudios de la universidad y si éste llega a constituir un conjunto actitudes en los futuros profesionales que marquen un perfil emprendedor entre los que transitan por las aulas de la Facultad de Administración. Se necesita conocer más sobre los efectos del programa en los educandos y una de las maneras de hacerlo puede ser a través de aquellas actitudes que muestren su sentido empresarial.

Ciertamente, todas las universidades se han involucrado por disposición de la ley en este proceso que crea proyectos de emprendimiento y la mayoría está de

acuerdo con que formar emprendedores va más allá de aprender a ser un buen administrador. Por eso, un objetivo común de las instituciones consiste en formar individuos emprendedores más que empleados, en fomentar en sus alumnos el espíritu emprendedor que los lleve a innovar, a transformar en su entorno. Ello significa el desarrollo de actitudes que le permitan contribuir a la generación de empleo y bienestar para todos. Procurar que los contenidos del aprendizaje sean los pertinentes y

Actualmente no se tiene un diagnóstico sobre mucho de los temas que la universidad incluye en su programa de emprendimiento y por esta razón quiere conocer, a través del reconocimiento y análisis de esas actitudes emprendedoras en los estudiantes, si los proyectos han resultado eficaces

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La formación en Emprendimiento impartida por la Universidad Los Libertadores Sede Barranquilla ha contribuido eficazmente la formación de actitudes emprendedoras en los estudiantes de Administración de Empresas?

2. JUSTIFICACIÓN

A pesar de que el desarrollo económico ha mejorado en los últimos años, si se tiene en cuenta el crecimiento, no es menos cierto que en términos de la calidad de vida de los ciudadanos es mucho lo que está pendiente por hacer. Consciente de esta necesidad el gobierno colombiano ha venido desarrollando toda una política pública que se aprecia en la expedición de normas que impulsan el desarrollo empresarial a partir de las cuales se crean organismos y programas y se disponen los recursos para impulsar el crecimiento y la formación de empresas.

Una de estas normas que tiene una relación directa con la investigación que se adelanta es la Ley 1014 de 2006, a través de la cual el gobierno involucra de manera directa a la Universidad con el proyecto nacional de fomento del emprendimiento como una cultura de innovación y de transformación en el ámbito empresarial para fomentar el crecimiento y a partir de allí mejorar la calidad de vida de los colombianos.

Esta articulación entre gobierno e instituciones para adelantar la política de emprendimiento encuentra su justificación en el actual contexto de globalización de mercados y es por esta razón también que las universidades ajustan su quehacer a una formación de ciudadanos emprendedores que están cambiando la idea de emplearse por la de estudiar para innovar y producir bienes y servicios.

En efecto, la educación actúa como un factor de primer orden para la transformación del sistema productivo, ya que el conocimiento fomenta las nuevas ideas de negocio que a la larga van generando empresas y jaloneando la producción y el desarrollo. En este proceso las instituciones educativas desempeñan entonces un papel fundamental porque ellas tienen la responsabilidad de preparar alumnos para hacer frente de forma exitosa a un mundo empresarial fuertemente competitivo y globalizado que exige cambios permanentes.

Los proyectos educativos de formación en emprendimiento abarcan distintos espacios que van desde lo teórico hasta lo experimental y la universidad diversifica su labor enseñando y fomentando, desarrollando y controlando.

Esta función controladora se ejerce a través del autodiagnóstico y supervisión de sus propios programas y actividades. Así pues, la pertinencia del reconocimiento de las actitudes emprendedoras, no sólo es necesaria por lo que su aprendizaje significa en el contexto nacional y regional, sino también porque satisface la necesidad de verificación de la acción pedagógica.

La investigación resulta pertinente porque proporciona una herramienta de gran valor para estimar las actitudes empresariales de los alumnos de la Facultad de Administración. Así se retroalimenta el trabajo pedagógico, permitiendo realizar ajustes, correcciones e innovaciones que a la larga contribuyen a la construcción de programas de calidad en la Institución.

Este trabajo ayuda además al desarrollo de habilidades exploratorias y de análisis en los administradores, aspectos que son de gran utilidad en su ejercicio profesional que requiere aprender a mantenerse alertas a las condiciones cambiantes del mercado a fin de poder manejar adecuadamente los recursos y aprovechar las oportunidades que les ofrece el entorno.

La reflexión y el análisis de este trabajo permite desarrollar elementos de juicio cada vez más precisos sobre el proceso de formar el espíritu emprendedor en las universidades, lo cual conducirá a la larga a una verdadera transformación que parte del individuo mismo y se desplaza a lo económico y social.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar si el proyecto sobre emprendimiento Fundación Los Libertadores-Sede Barranquilla ha contribuido eficazmente en la formación de actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar la presencia de las actitudes emprendedoras en la muestra de estudiantes universitarios.
- Analizar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas en la Universidad Los Libertadores Sede Barranquilla.
- Mostrar la relación de la formación en emprendimiento con la intención emprendedora de los Administradores de la Universidad Los Libertadores.

4. METODOLOGÍA

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio llevado a cabo se ajusta al tipo de investigación exploratoria. Este modelo se usa especialmente cuando el tema en cuestión no ha sido debidamente estudiado o reconocido y por ello en ocasiones es difícil formular alguna hipótesis. También se suele emplear cuando se presenta un fenómeno nuevo que no ha sido suficientemente tratado o cuando el investigador no tiene suficientes recursos para adelantar una investigación más profunda. Precisamente Hernández, Fernández y Baptista, lo definen como aquel que

“...se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo” (2003, 115).

Los estudios exploratorios acercan al investigador a asuntos que hasta el momento se han tratado poco o no se han tratado. Constituyen el primer paso antes de adentrarse en investigaciones más profundas. Sus temáticas más

corrientes son por ejemplo: un contexto específico de la vida real, establecer prioridades para llevar a cabo otras investigaciones posteriores, o como en este caso, investigar problemas o actitudes del comportamiento humano que los profesionales consideran muy importantes.

4.2 INSTRUMENTO

Se emplea una adaptación del "Entrepreneurship Attitude Orientation Scale" (EAO), una encuesta creada por Robinson en 1987 y que fue traducida y adaptada por Ibáñez en 2001 en España. Esta encuesta mide los 3 componentes de la actitud que son: el cognitivo, el emocional y el comportamental que fueron tenidos en cuenta por Ajzen en su modelo de comportamiento planificado. La Teoría de comportamiento aplicado sirve para ayudar a entender cómo se logra cambiar el comportamiento humano. Esta teoría predice el comportamiento deliberado porque el comportamiento puede ser planeado. El cuestionario mide cinco actitudes que son: autoestima, innovación, motivación, control percibido interno y asunción de riesgo.

4.3 POBLACIÓN

Está constituida por 20 estudiantes de los últimos semestres de la facultad de Administración de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

4.4 RESULTADOS

Tabla 1

1. Yo consigo emocionarme más cuando mi trabajo está entre los mejores

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 | 1 | 13 |

La tabla muestra que 13 personas están muy de acuerdo con la afirmación. Una persona manifiesta sólo un ligero acuerdo

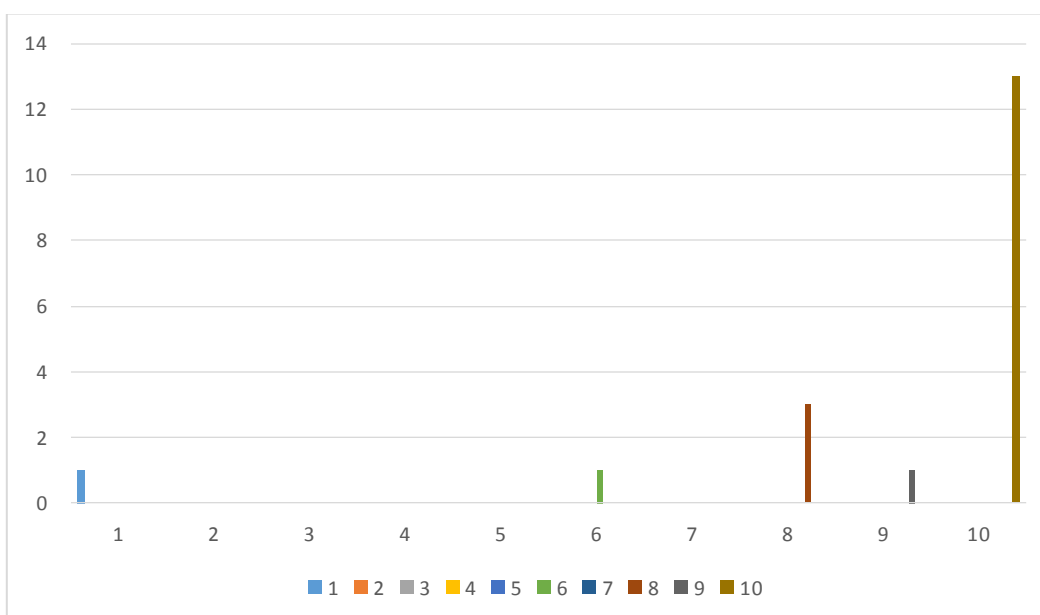


Tabla 2

2. Raramente sigo instrucciones a menos que la tarea en la que estoy trabajando sea demasiado compleja

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 8 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 |

La Tabla muestra que 2 personas están muy de acuerdo con la afirmación y otras 2 personas muestran sólo un ligero acuerdo

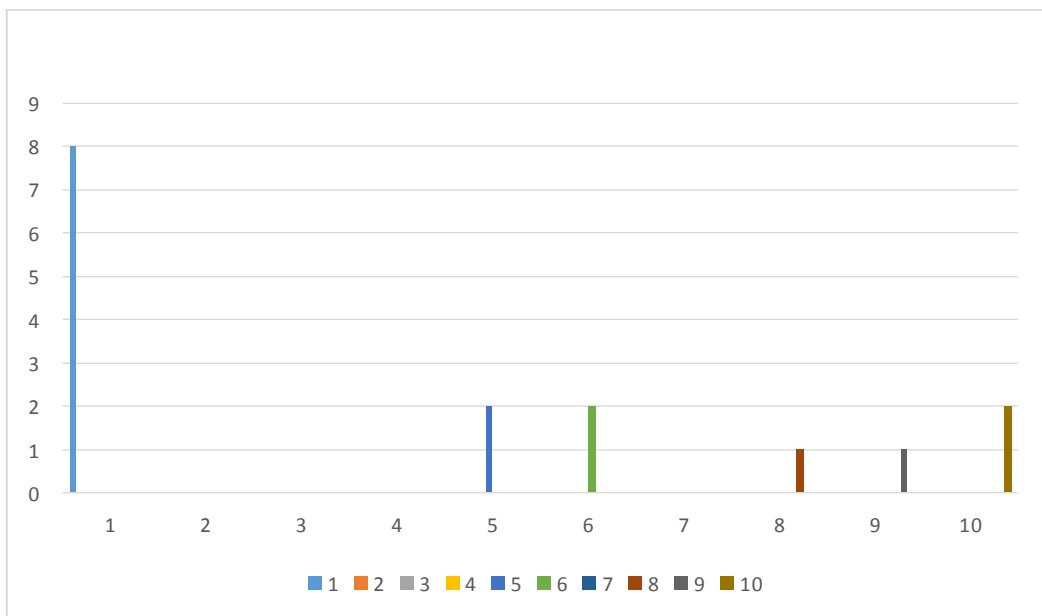
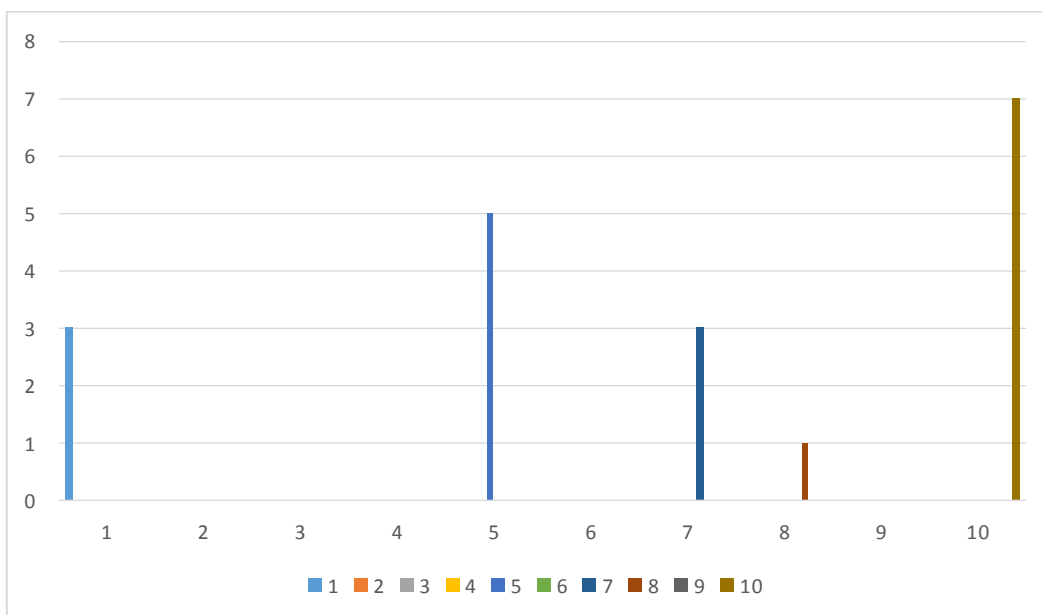


Tabla 3

3. Nunca aplazo asuntos importantes hasta otro momento más conveniente

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 3 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 3 | 1 | 0 | 7 |

La Tabla señala que 7 personas estuvieron totalmente de acuerdo con la afirmación



| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 9 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

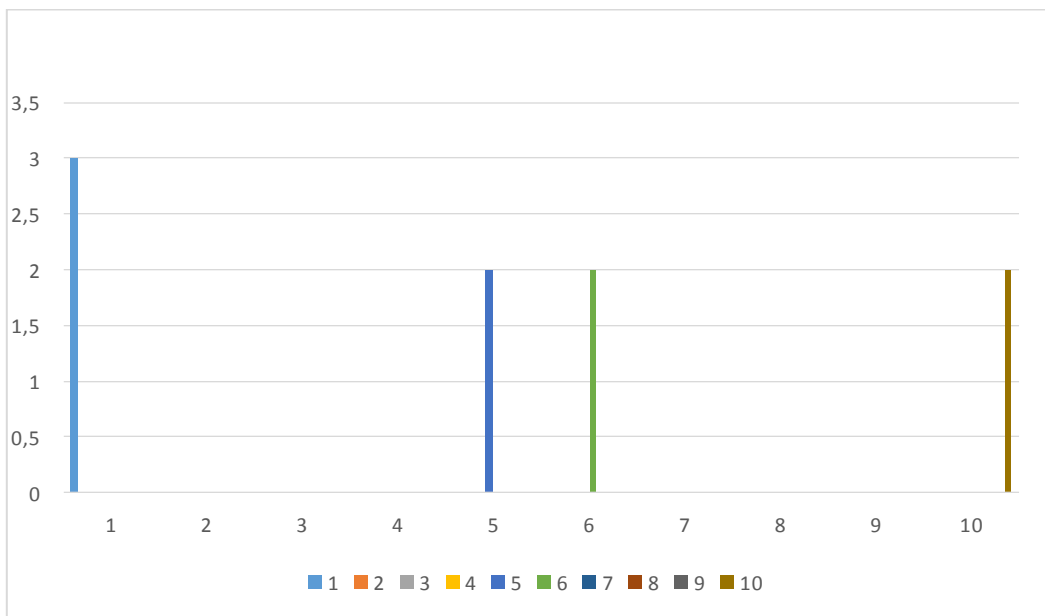
Tabla 4

4. Siempre he trabajado para estar entre los mejores en mi campo

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

La tabla

muestra que 2 personas están muy de acuerdo con la afirmación y 6 mostraron un ligero en acuerdo.



| | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 2 |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

Tabla 5

5. Me siento totalmente fracasado cuando mis planes no resultan como creo que deberían

La Tabla señala que 2 personas están totalmente de acuerdo con la declaración.

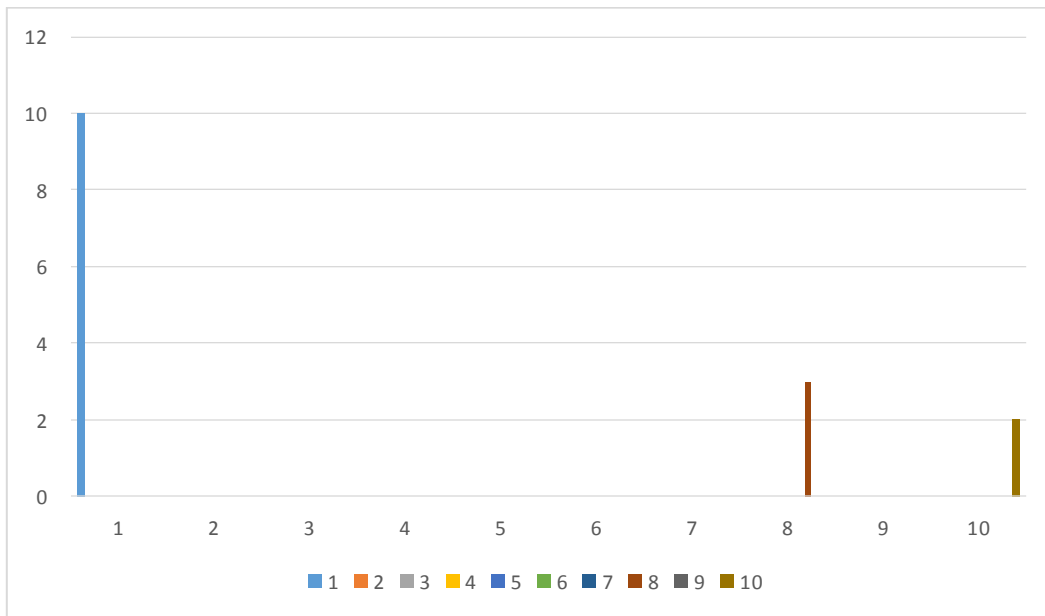


Tabla 6

6. Me siento muy activo cuando trabajo con compañeros innovadores en un clima dinámico

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 | 14 |

La Tabla señala que 14 personas están totalmente de acuerdo con la afirmación y 6 personas muestran sólo un ligero acuerdo.

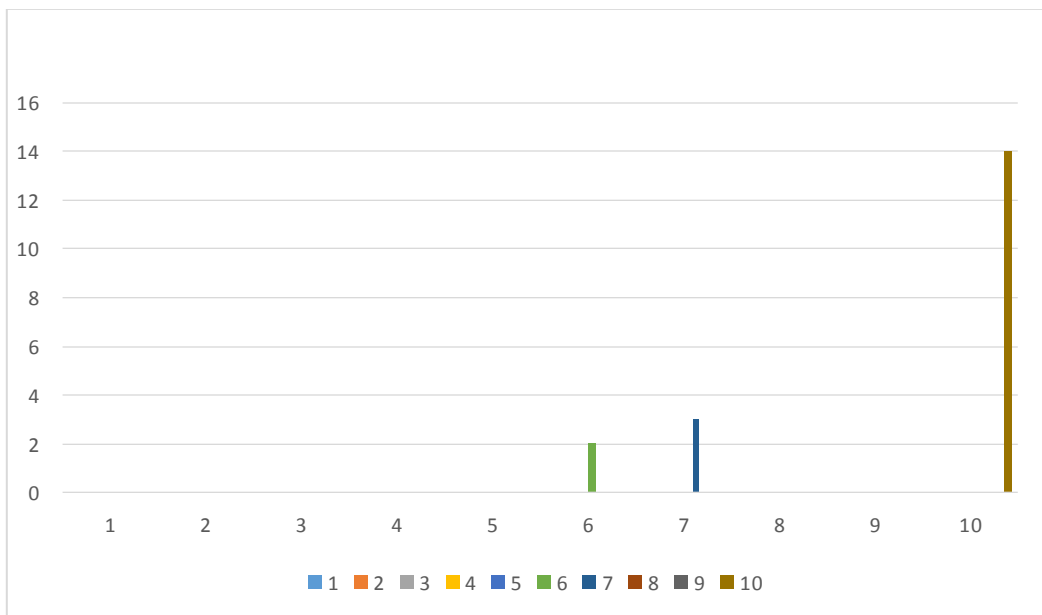


Tabla 7

7 Creo que los resultados concretos son necesarios para juzgar el éxito en toda ocasión

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 6 | 4 | 2 | 0 | 7 |

La Tabla

muestra que 7 personas están totalmente de acuerdo y 6 personas en cambio muestran sólo un ligero acuerdo

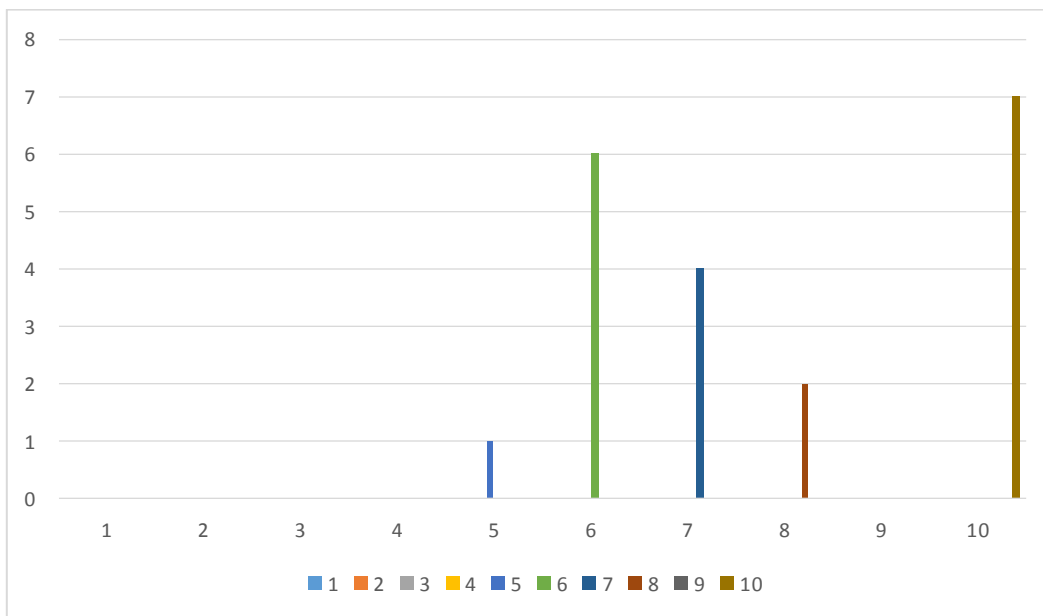


Tabla 8

8. Empleo una considerable cantidad de tiempo en hacer que cualquier organización a la que pertenezco funcione mejor.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 6 | 1 | 0 | 7 |

La Tabla muestra que 7 personas están muy de acuerdo con la afirmación y una persona muestra solo un ligero acuerdo.

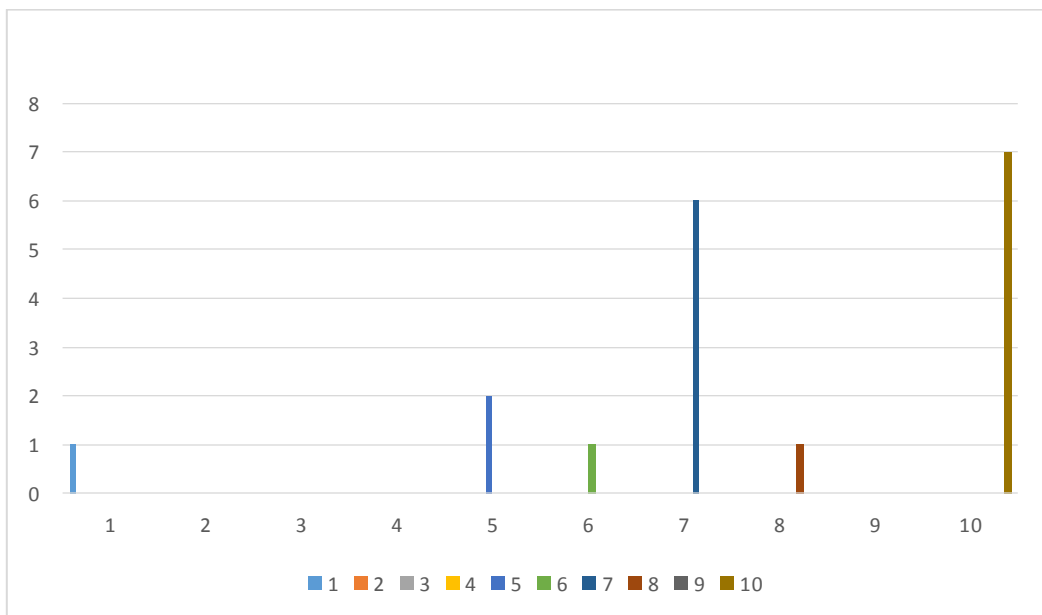


Tabla 9

9. Sé que las condiciones sociales y económicas no afectan (o afectarán) mi éxito en los negocios

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 3 | 0 | 0 | | 0 | 1 | 1 | 3 | 3 | 6 | 0 |

La Tabla muestra que 1 (una) persona se muestra ligeramente de acuerdo

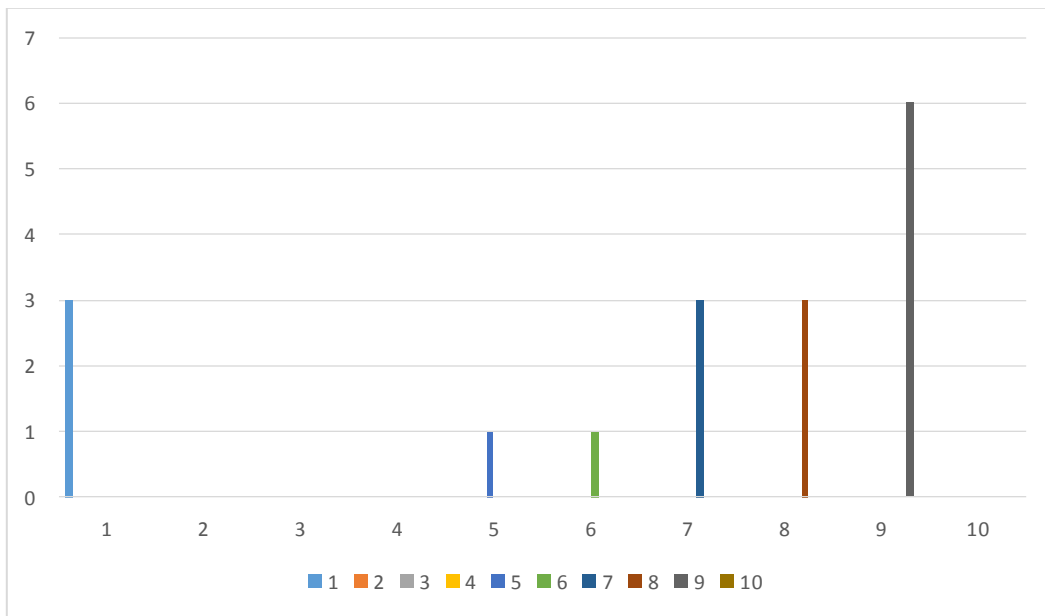


Tabla 10

10 **Creo que es importante analizar las propias debilidades en asuntos de negocio**

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 8 | 0 | 0 | 10 |

s.

La Tabla señala que 10 personas están muy de acuerdo con la afirmación y una (1) muestra un ligero acuerdo

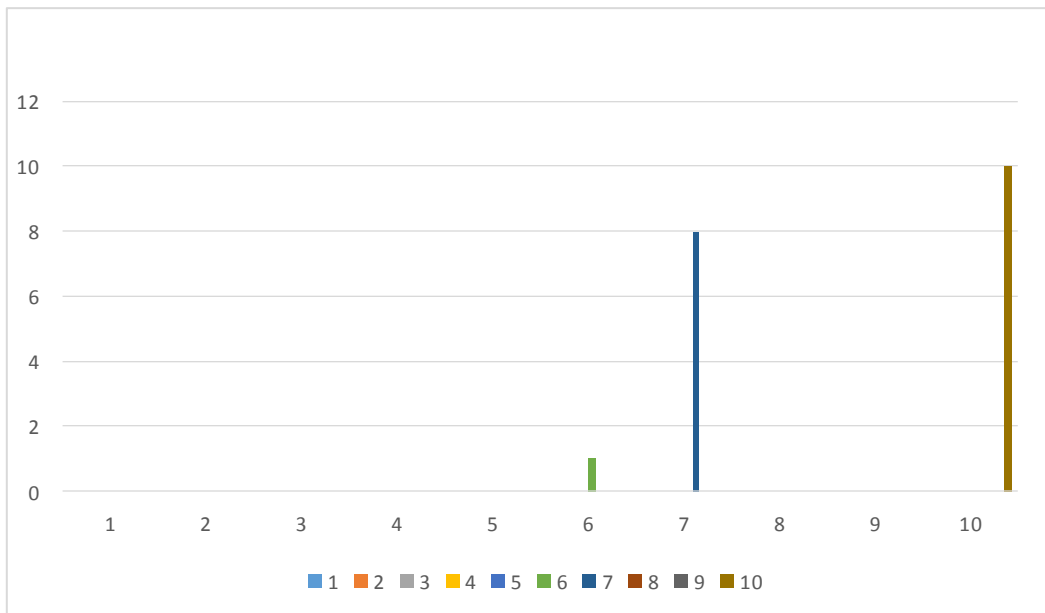


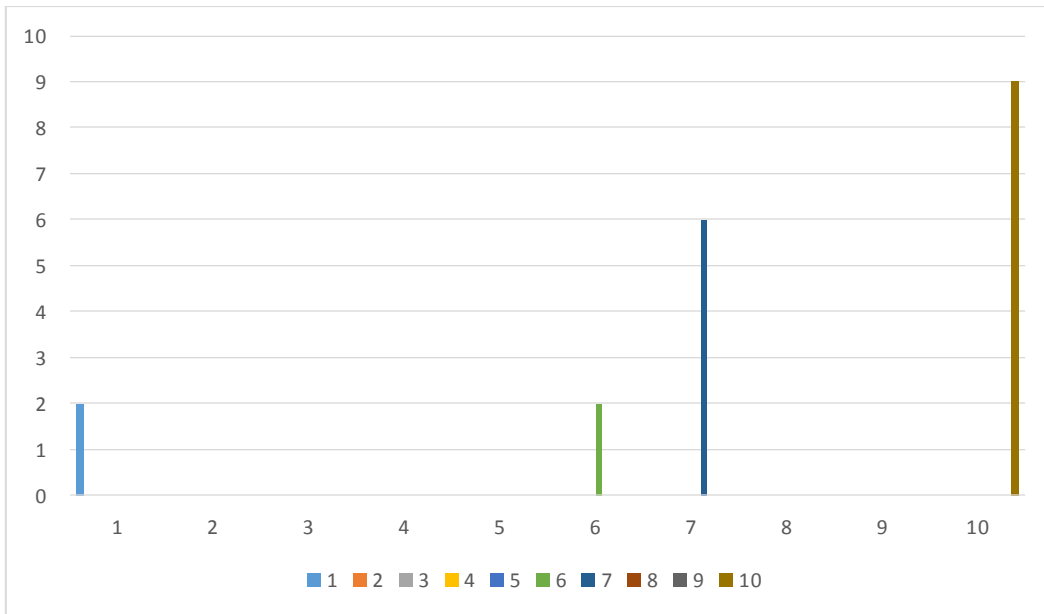
Tabla 11

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 0 | 0 | 9 |

11.
Normal
mente
realizo

muy bien mi parte de cualquier proyecto comercial en el que estoy implicado

La Tabla muestra que 9 personas están muy de acuerdo con la declaración y 2 muestran sólo un ligero acuerdo



| | | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 8 | 3 | 2 | 0 | 6 |

Tabla 12

12. Me emociono cuando soy capaz de enfocar las tareas de modo no convencional

La tabla señala que 6 personas están muy de acuerdo con la afirmación y 8 personas muestran un ligero acuerdo

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 7 | 0 | 3 | 0 | 1 | 4 | 0 | 1 | 0 | 2 |



Tabla 13

13. Me siento muy cohibido al hacer propuestas comerciales

La Tabla muestra que 2 personas están muy de acuerdo con la afirmación y 4 personas manifiestan sólo un ligero acuerdo.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 0 | 3 | 0 | 6 |

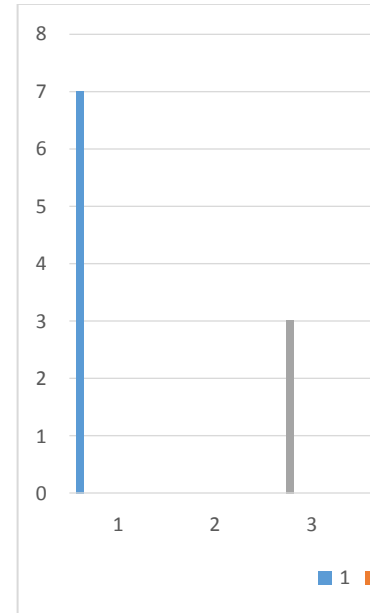


Tabla 14

14. No me molesta la incertidumbre y el riesgo ante lo desconocido

La Tabla muestra que seis personas están muy de acuerdo con la afirmación y 8 personas se muestran sólo ligeramente de acuerdo

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 16 |

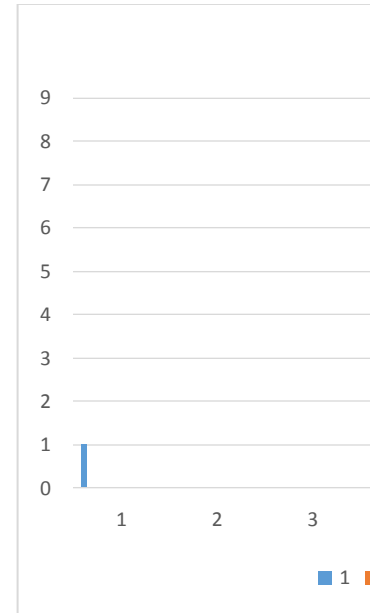


Tabla 15

15. Pienso algún día tener mi propia empresa

La Tabla muestra que 16 personas están muy de acuerdo con la declaración y una (1), muestra sólo un ligero acuerdo

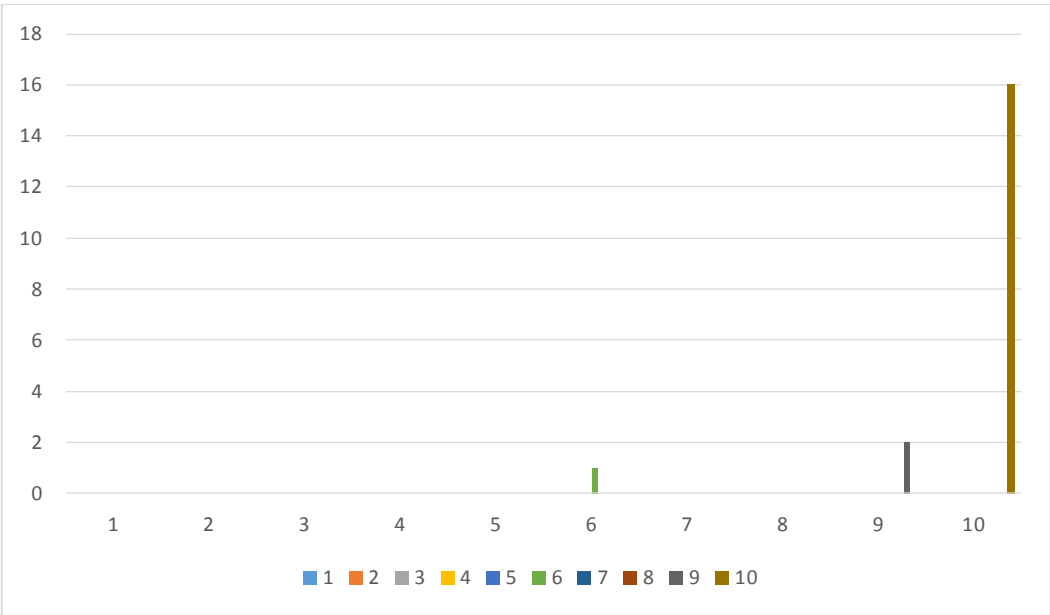


Tabla 16

16 Paso mucho tiempo buscando a alguien que pueda decirme cómo resolver todos mis problemas comerciales.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 5 | 0 |

La Tabla muestra que 5 personas están muy de acuerdo con la declaración y 4 muestran sólo un ligero acuerdo.

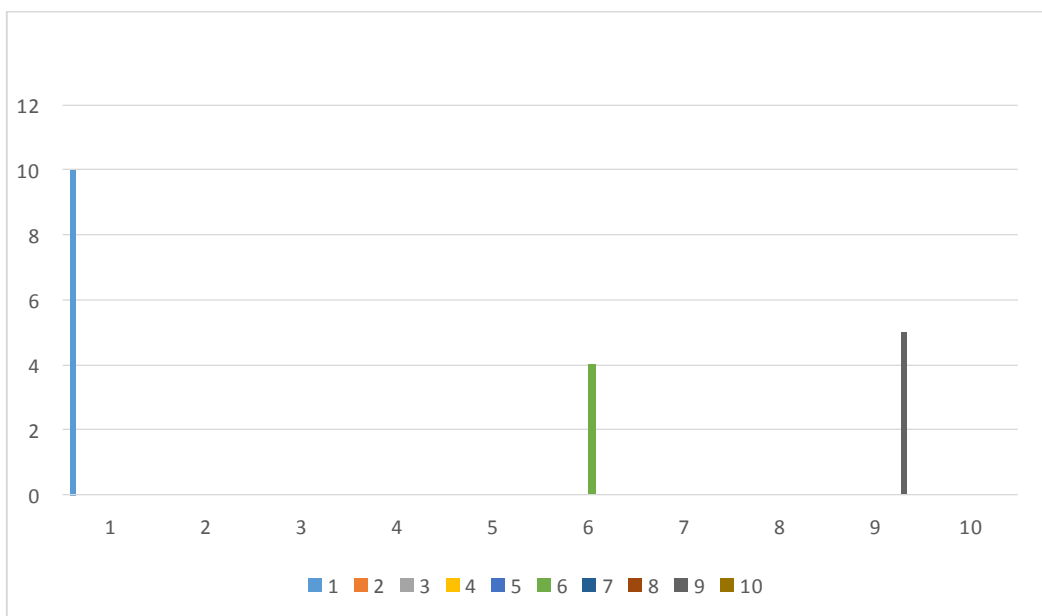


Tabla 17

17. Me siento (o me sentiría) muy limitado cuando estoy sujeto a las actividades comerciales muy organizadas incluso cuando estoy al control

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 5 | 0 |

La Tabla muestra que 5 personas muestran sólo un ligero acuerdo.

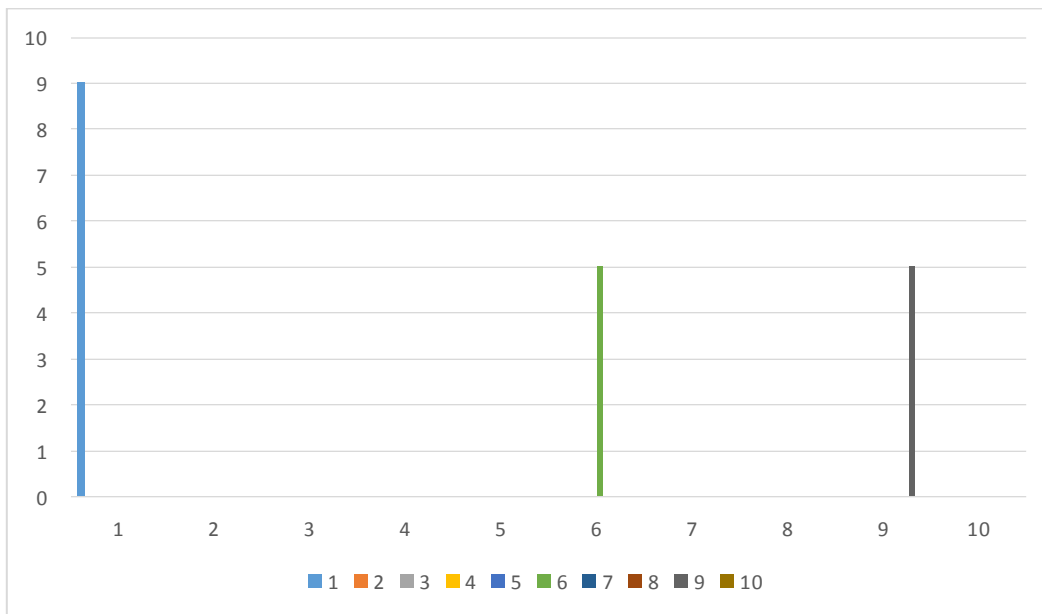


Tabla 18

18. A menudo sacrificio (o estoy dispuesto a sacrificar) el bienestar personal para aprovecharme de las oportunidades comerciales.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 8 | 0 | 0 | 0 | 4 | 2 | 0 | 0 | 5 | 1 |

La Tabla muestra que una (1) persona está muy de acuerdo con la afirmación y dos (2) muestran sólo un ligero acuerdo.

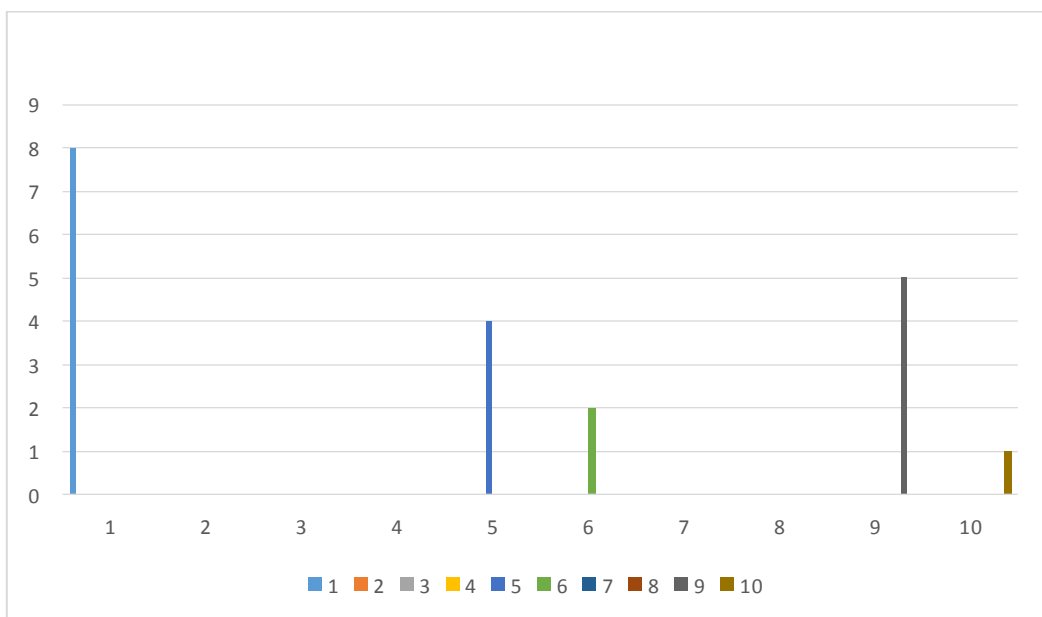


Tabla 19

19 Me siento cohibido cuando estoy personas que han alcanzado un gran éxito.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 5 | 0 | 0 |

La Tabla señala que 3 personas muestran sólo un ligero desacuerdo con la afirmación.

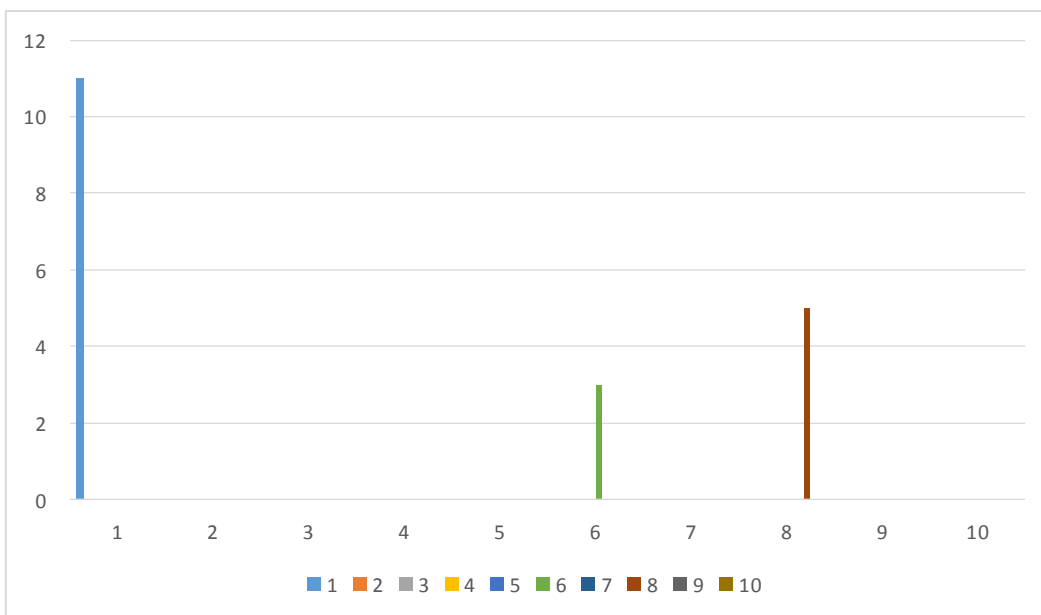


Tabla 20

20. Hago cada trabajo tan concienzudamente a fondo como sea posible

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 8 | 0 | 10 |

La tabla señala que 10 personas están muy de acuerdo con la afirmación y una (1) muestra sólo un ligero desacuerdo.

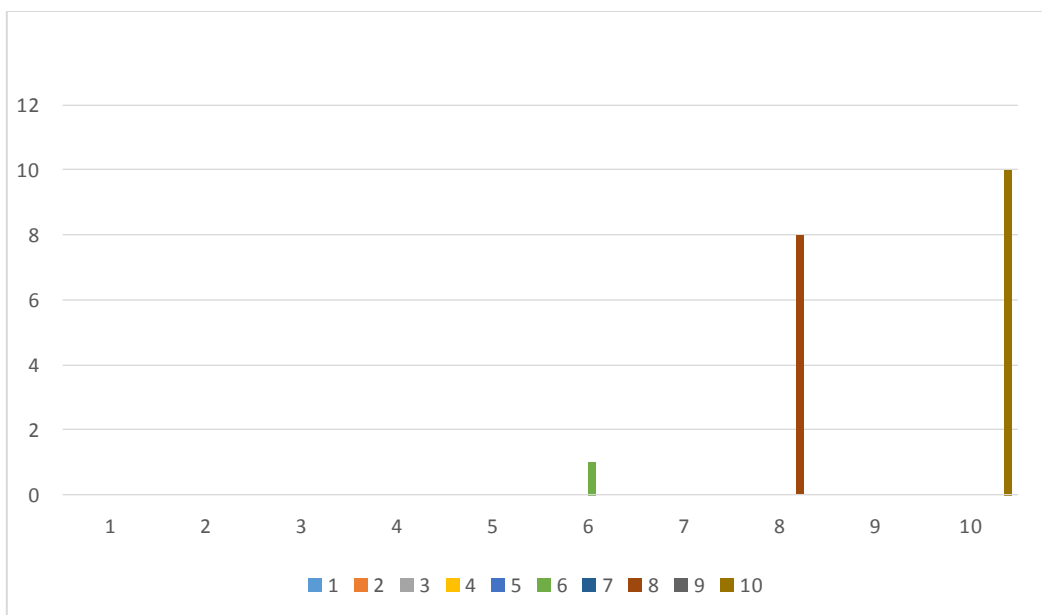
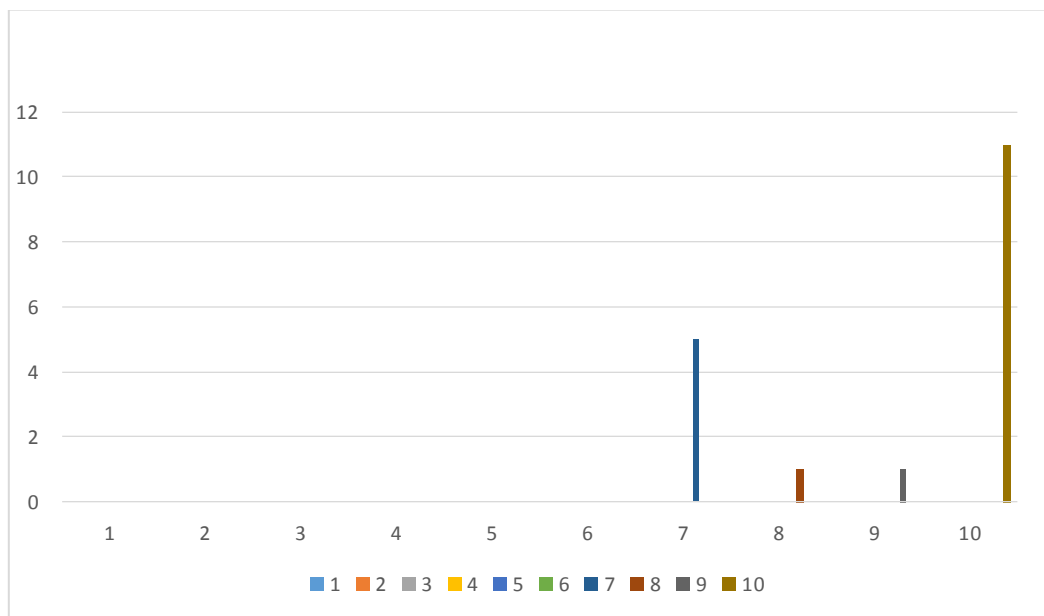


Tabla 21

21. Para tener éxito creo que es importante usar el tiempo acertadamente

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 5 | 8 | 9 | 10 |

La Tabla señala que 11 personas están muy de acuerdo con la declaración.



| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 4 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

Tabla 22

22. Creo que un empresario debe dedicar tiempo para planear el futuro de su negocio

La Tabla señala que 10 personas están muy de acuerdo con la declaración.

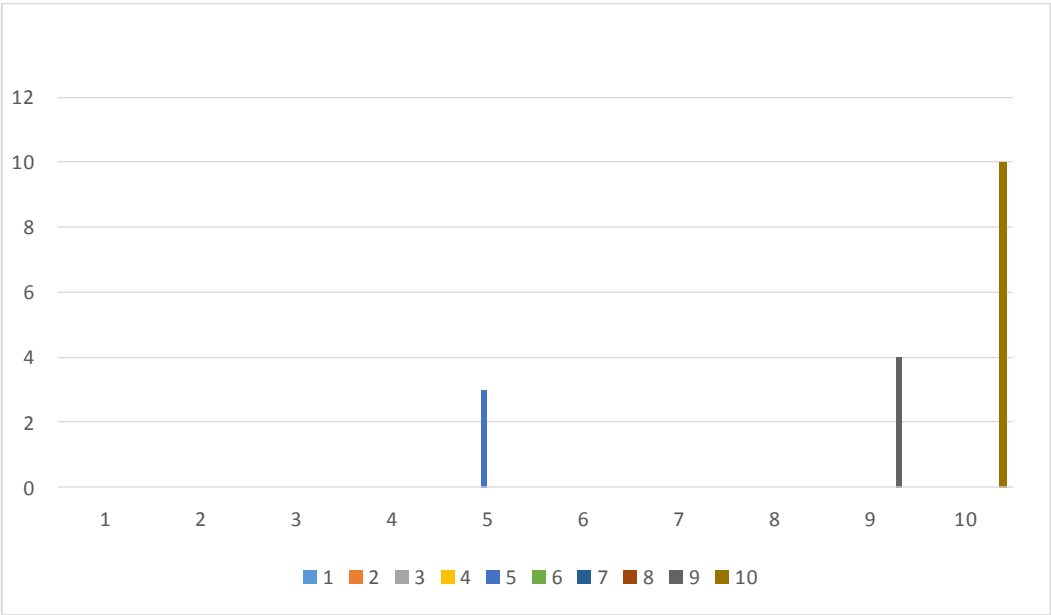


Tabla 23

23. Me esfuerzo conscientemente para obtener lo máximo de mis recursos comerciales.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 2 | 12 |

La Tabla muestra que 12 personas están muy de acuerdo con la declaración.

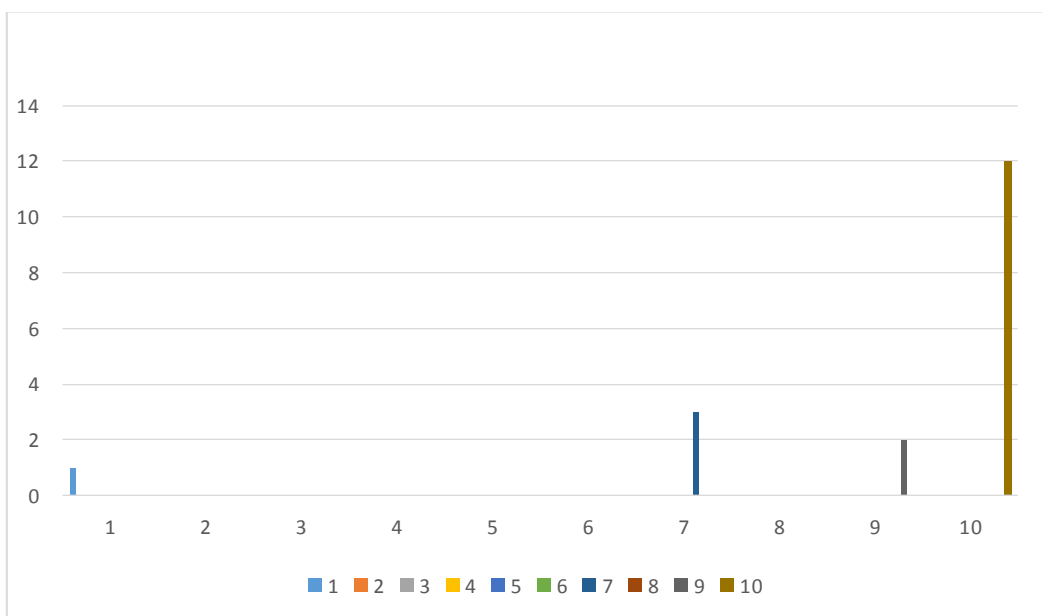


Tabla 24

24. Creo que una clave para el éxito en los negocios es no aplazar las

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | decisiones |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|------------|
| 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 0 | 0 | 10 | |

La Tabla muestra que 10 personas están muy de acuerdo con la afirmación y 4 personas muestran sólo un ligero acuerdo.

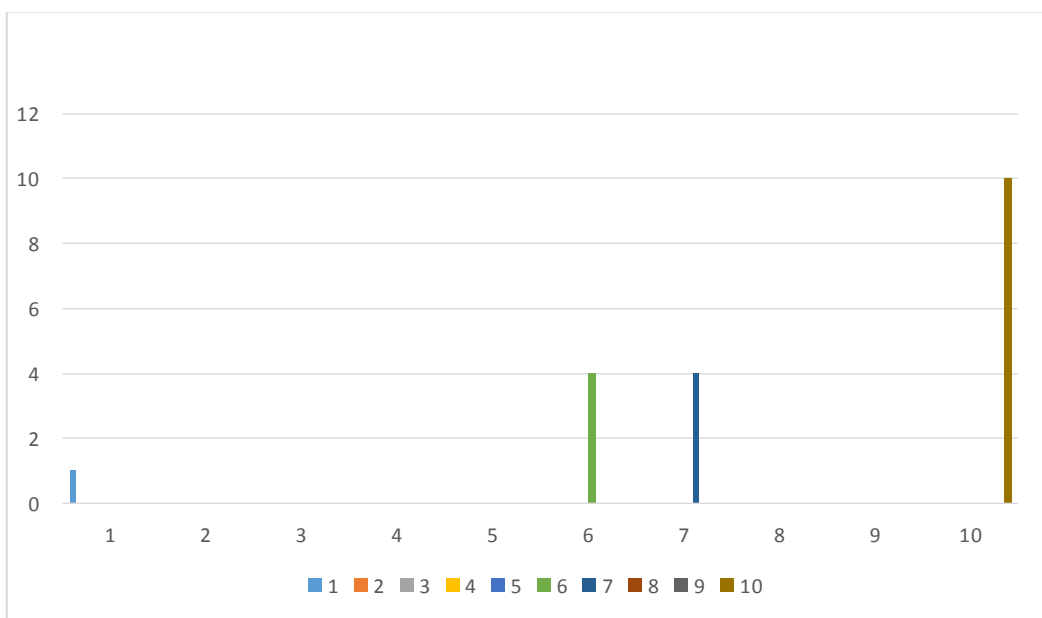


Tabla 25

25. Me siento orgulloso cuando hago un buen trabajo con mis proyectos comerciales.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 4 | 1 | 1 | 11 |

La Tabla señala que 11 personas están muy de acuerdo con la declaración y 2 personas muestran sólo un ligero acuerdo

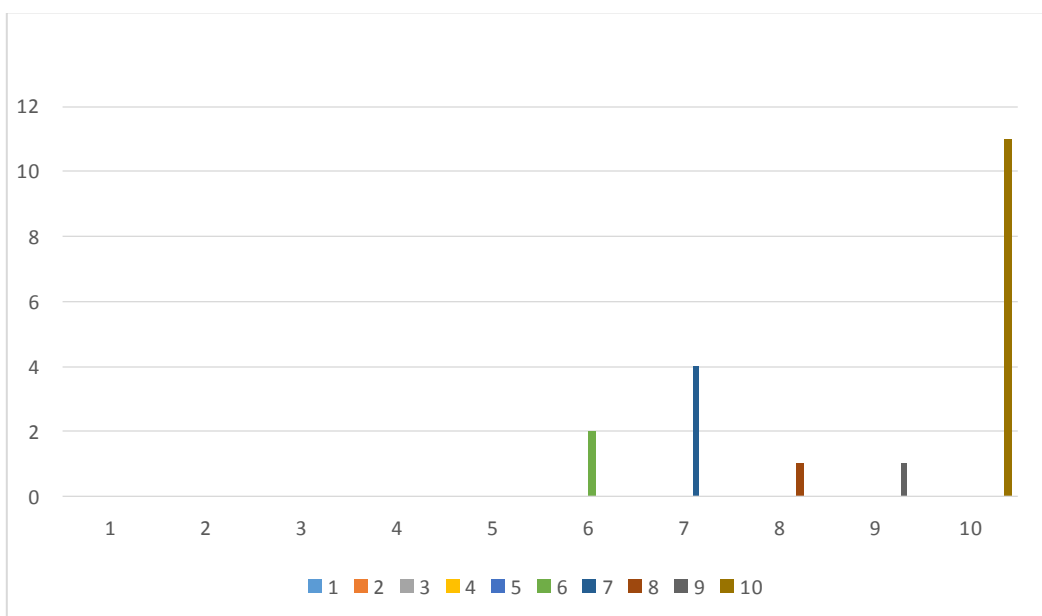


Tabla 26

26. Creo que las organizaciones que no experimentan cambios radicales de

**vez en
cuando
tienden
a**

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 0 | 11 |

estancarse en la rutina.

La tabla muestra que 11 personas está de acuerdo con esta declaración y uno (1) está ligeramente de acuerdo.

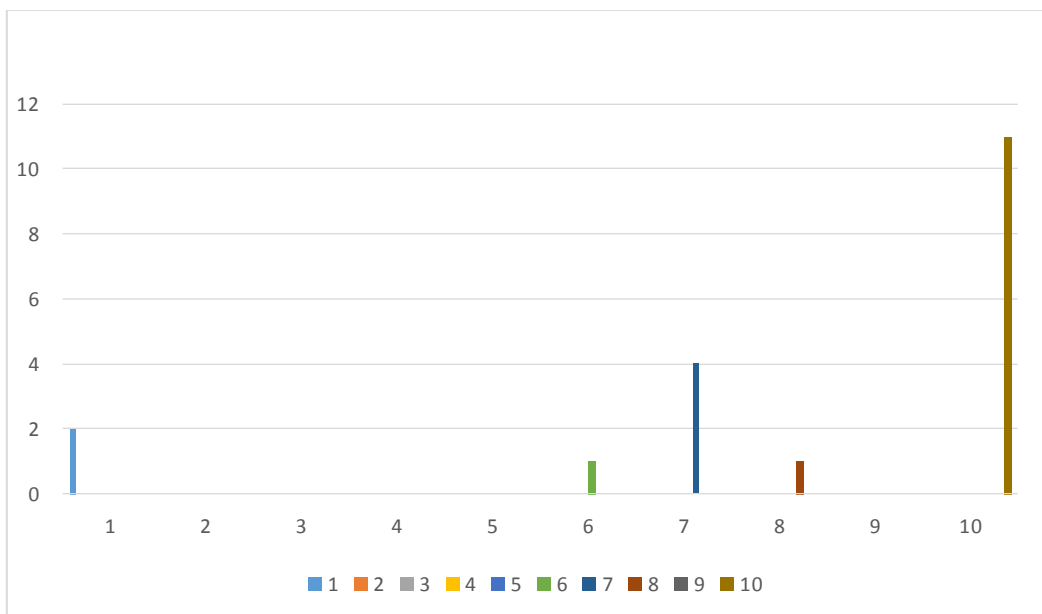


Tabla 27

27. Creo que para que una empresa tenga éxito debe utilizar prácticas comerciales aunque parezcan extrañas a primera vista.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 5 | 4 | 8 |

La tabla muestra que 8 de los encuestados están muy de acuerdo con esta declaración y uno (1) está ligeramente de acuerdo

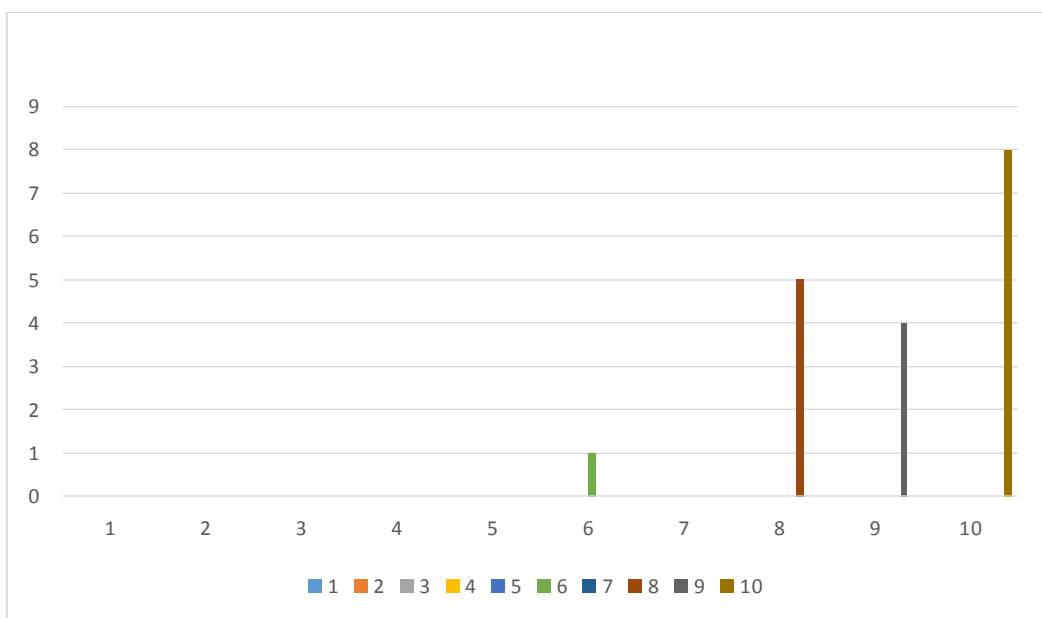
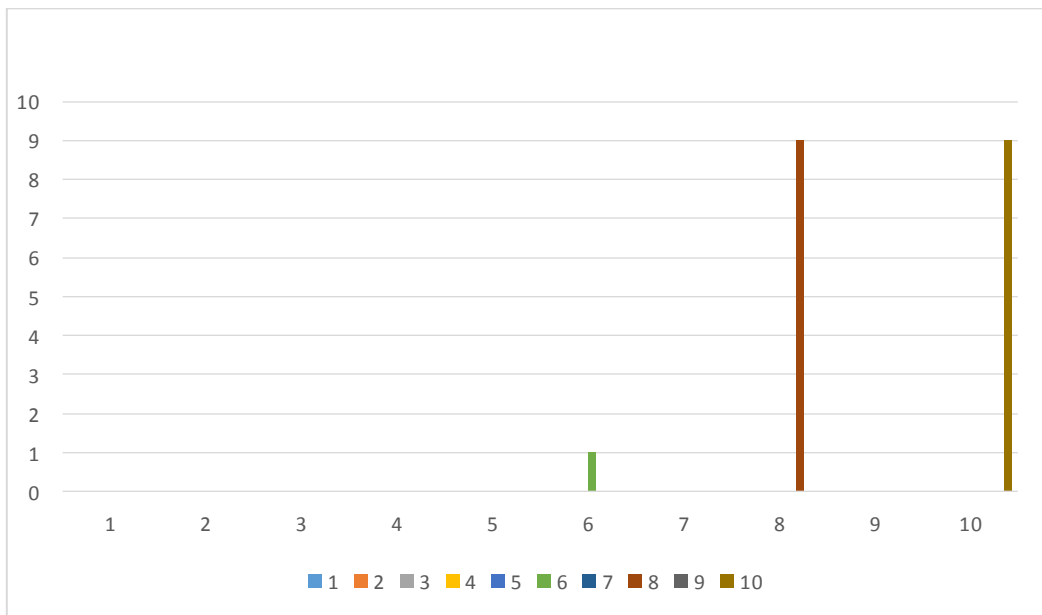


Tabla 28

28. Disfruto encontrando buenas soluciones a los problemas que aún no se han solucionado.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 9 | 0 | 9 |

La tabla muestra que 9 personas están muy de acuerdo con la declaración y una /1) muestra solo un ligero acuerdo.



5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PRESUPUESTO

5.1 CRONOGRAMA

| Actividades | MAYO | | | | JUNIO | | | | JULIO | | | |
|---------------------------------------|------|---|--|---|-------|--|--|--|-------|---|---|---|
| | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración Anteproy. | | x | | | | | | | | | | |
| Entrega Marco Teórico | | | | x | | | | | | | | |
| Diseño de Cuestionario | | | | | | | | | | x | | |
| Aplicación de Cuestionario | | | | | | | | | | | x | |
| Análisis de Resultados y Conclusiones | | | | | | | | | | | | x |

5.2 PRESUPUESTO

| PRESUPUESTO | |
|--------------------------|------------|
| Materiales y suministros | \$ 250.000 |
| Salidas de Campo | \$ 150.000 |
| Bibliografía | \$ 200.000 |
| Varios | \$ 150.000 |
| | |

| | |
|-------|------------|
| TOTAL | \$ 750.000 |
|-------|------------|

6. MARCO TEÓRICO

6.1 VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DESDE EL TRABAJO DE LAS UNIVERSIDADES

Convertido en Política Nacional, el emprendimiento ha penetrado en las Universidades colombianas en el área de formación para ofrecer a los jóvenes estudiantes una opción diferente a la de convertirse en empleados al terminar sus estudios de pregrado. Efectivamente, la expedición de la Ley 114 de 2006 que refuerza la necesidad de la cultura del emprendimiento, vincula la universidad a los demás actores sociales que trabajan por su desarrollo, partiendo de la premisa de que “para afrontar los retos de este siglo, la enseñanza debe ampliar sus horizontes e integrar elementos claves para el desarrollo de una mentalidad emprendedora, a la vez que la universidad ha de constituir un espacio en el que se puedan formar e implementar las estrategias que permitirán a los estudiantes realizar transformaciones económicas y sociales” (Ortiz, Rodríguez y Gutiérrez, 2013, 161).

Teniendo en cuenta los pilares de la educación, en el emprendimiento se aprende a conocer, se aprende a hacer y también se aprende a ser, cuando la sociedad empieza su transformación adoptando actitudes y comportamientos que conducen al crecimiento y al mejoramiento de la calidad de vida.

El emprendimiento se aborda en la Universidad a partir de tres dimensiones fundamentales, como son: Docencia, investigación y extensión.

La función docencia que se refiere a la práctica de la enseñanza en las instituciones y comprende la estructura de las acciones curriculares y extracurriculares “para visibilizar, sensibilizar, y enseñar el emprendimiento” (MinCit y Ascun, 2014, 7). Dejando asomar los distintos modelos pedagógicos que

sustentan su aprendizaje en la enseñanza, las características del estudiante y de la práctica. Esta función también comprende el diseño y oferta de los cursos y diplomados.

El emprendimiento se vincula con la docencia porque se cree que muchas de las particularidades de los emprendedores son aprendidas. Al respecto dice Crissien (2009) que “la función empresarial en una economía es esencial y que detrás de una empresa o una organización hay siempre un elemento, factor o fuerza: El emprendedor. Este tiene un sistema de creencias, unas habilidades y características particulares que se pueden enseñar y se pueden desarrollar en individuos que no las tienen de manera innata” (p.8).

En la enseñanza del emprendimiento se combinan la teoría y la práctica. Dice Liñán (2004) que la educación empresarial es el conjunto de todas las actividades de formación reglada y no reglada que intenta desarrollar en los participantes la intención de realizar comportamientos empresariales o algunos elementos que influyen sobre esta intención, como el conocimiento empresarial, la deseabilidad de la actividad empresarial o su factibilidad” (p.162).

Al hablar de las estrategias, Crissien (2011) dice que entre ellos se utilizan el aprendizaje continuo, el aprendizaje a través de la experiencia, la educación para la libertad y las comunidades de teoría práctica

Por otro lado, y cuando se habla del docente, Jaramillo (2008) lo define como:

“...ciudadano de la sociedad del conocimiento que debe asumir constantemente retos ante los cambios y responder de manera positiva con nuevas ideas y formas de hacer las cosas, con iniciativa y decisión ante las distintas circunstancias; es decir, un docente emprendedor. Debe ser también una persona

competente que sabe y sabe hacer, que hace posible un aprendizaje continuo de sus estudiantes para el desarrollo de competencias específicas. (p.162).

Para contribuir al desarrollo de ese ciudadano emprendedor, la universidad debe formar individuos “corporativos y sociales, profesionales que se hagan cargo, que actúen”(Gómez, 2012).

La investigación y la docencia tienen su punto de encuentro en estudios sobre emprendimiento que averiguan sobre procesos pedagógicos, como competencias a desarrollar, actividades en el aula de clase, apoyadas en herramientas de investigación y dirigidas a desarrollar proyectos dentro y fuera del aula.

En lo que se refiere a la función de investigación, a la universidad le corresponde la generación de nuevo conocimiento en los distintos campos. En este campo han resultado en los últimos años cinco líneas (Grégoire, Déry y Bécharde (2001), por ejemplo sobre las características del individuo emprendedor, los factores que influyen en el rendimiento de la nueva empresa, prácticas sobre capital, influencia de las redes sociales y utilización del enfoque del enfoque de recursos (Ortiz, Rodríguez y Gutiérrez, 2013, 161).

La función extensión es definida como la generación, difusión y transferencia de conocimiento a la sociedad. Durante mucho tiempo fue considerada ajena al proceso educativo, pero hace algún tiempo que se ha vinculado al trabajo de la universidad, en donde se vienen desarrollando diversos modelos que explican su vinculación con las empresas y el Estado, en un enfoque que asigna a la universidad una nueva función, como es la de satisfacer las necesidades de estas organizaciones (Ortiz y Morales, 2, 2011). Esta nueva función le permite a la Universidad, obtener beneficios económicos de estos

servicios, los cuales se traducen en consultorías, asesorías y alianzas con las empresas y/o entidades gubernamentales.

Este trabajo se ajusta a la nueva perspectiva de la investigación sobre emprendimiento y al emprendedor que se centra menos en los rasgos y más en los comportamientos; es decir, en torno a la verdadera forma de actuar del emprendedor: qué hace, qué sabe hacer o qué debe saber hacer. Un factor fundamental en esta línea es la competencia empresarial, la cual difiere entre emprendedores. Esta competencia se forma a través del empleo de capacidades o habilidades empresariales, las cuales pueden ser entrenadas

6.2 CONCEPTUALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

Aunque algunas personas consideren el emprendimiento como un concepto nuevo, esta es una característica que ha estado presente desde los inicios de la humanidad y que ha hecho posible que la sociedad se transforme a través de las prácticas innovadoras y el espíritu creativo de sus integrantes. Sin embargo, es cierto que en la actualidad ha tomado auge por la forma con la que se han manifestado las situaciones económicas y como han sido superadas por acciones nuevas.

El emprendimiento se define como “una capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas. Ser emprendedor requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo. La palabra emprendimiento viene del francés “entrepreneur” que significa pionero, se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente”(Jaramillo, 2008, p.1). De allí entonces que la palabra tenga un sentido de aptitud y actitud de la

persona que es capaz de emprender nuevos retos, de crear, de innovar, aprovechando situaciones que no son positivas, ni provechosas.

Schumpeter, (1950) fue quizá el primero en utilizar la expresión emprendimiento para referirse a los individuos que tienen habilidades tales que generan inestabilidades en los mercados. El profesor observó que los emprendedores tienen la capacidad de reformar los patrones de producción cuando emplean una posibilidad que técnicamente no ha sido desarrollada o explotada para crear un producto nuevo o transformar uno viejo. El emprendedor, desequilibra el sistema e irrumpe en él, moviendo las ideas que se le ocurren y haciéndolas potencialmente rentables. Estas actividades son en general, las que pueden propiciar significativos cambios en las empresas y por tanto se consideran una función económica, aunque esté fuera de las actividades rutinarias. Sin embargo, la actitud emprendedora va más allá, hasta conseguir que las cosas se hagan.

Contrario a la opinión de Schumpeter (1950), los de la escuela austríaca, no creen en esta actitud desequilibrante del emprendedor porque de hecho, este individuo logra en muchas ocasiones mejorar y crear riquezas nuevas. Hoy en día la teoría opta por una tendencia más ecléctica. Por ejemplo las investigaciones de los ejecutivos describen el espíritu emprendedor como una mezcla con ambas tendencias.

Alrededor de los años 80 surge en Harvard una nueva teoría creada por Stevenson que interpreta la mentalidad emprendedora como “un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos”.

Timmons (1989) por su parte, ha desarrollado un enfoque de modelos aplicados a la práctica. El modelo se sustenta en tres pilares: el mercado, las personas y los recursos. Las ideas se filtran y se transforman en oportunidades,

los recursos necesarios, son determinados y se evalúan transformándose en diversas alternativas. Sostiene que el emprendimiento se basa no en la selección a priori, sino en el desarrollo de capacidades adquirible. Como lo repitió muchas veces, los emprendedores no nacen sino que se forman y que independientemente de su formación un individuo puede encontrar en cualquier momento de su vida la motivación para ser emprendedor.

Las investigaciones sobre percepciones de los ejecutivos describen el espíritu emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento y al término se le define hoy en día como la capacidad de iniciar y operar cosas nuevas.

6.3 ACTITUDES EMPRENDEDORAS

En la actualidad el trabajo y la investigación sobre emprendimiento se enfoca en el comportamiento, pues es este el que puede constituir los cambios en el medio ambiente que se esperan en la economía, de ahí que el estudio de las actitudes adquiera una singular importancia.

La noción de actitud en la psicología social adquiere un significado particular. En este sentido Allport (1935) ha proporcionado una definición que se ha convertido en clásica al señalar que las actitudes son una especie de disposición mental y nerviosa que se organizan mediante la experiencia y que influyen en la dirección y dinámica que le da el individuo a los objetos y direcciones con que se enfrenta. Lo interesante de esta definición consiste en que como lo dice Ibáñez (2004) “la actitud comporta una preparación de la persona para actuar de una manera o de otra ante cada objeto, y por lo tanto, la transitoriedad de cada comportamiento queda anclada en la estabilidad de lo que son las disposiciones de la persona” (p. 31).

Ahora bien, aunque no existe una definición plenamente aceptada de la actitud, casi todas las construcciones teóricas coinciden en que ella es una tendencia adquirida en el ambiente en el que el individuo vive y por tanto se deriva de experiencias personales y factores en ocasiones complejos. Esta referencia al medio ambiente y a la experiencia, direcciona el concepto hacia la idea del aprendizaje y la educación. Afirmando la idea de que las actitudes son aprendidas y no innatas.

Se tiene entonces en el consenso general que las actitudes son predisposiciones adquiridas para actuar selectivamente, pero no son conductas. Tienen que ver con una forma de actuar y una vez que se incorporan al sistema de representaciones del individuo, lo impulsan a actuar. De ahí que se diga (Mollo, 2008) que las actitudes se caracterizan por:

- ✓ Direccionalidad: En la actitud implica una relación sujeto- objeto que le da sentido o trayectoria y es diferente del rasgo de carácter o el hábito.
- ✓ Adquirida: Quiere decir que las actitudes son adquiridas, no se nace con ellas.
- ✓ Más o menos durables: Quiere decir que si bien pueden perdurar en el tiempo pueden ser modificadas por influencias externas.
- ✓ Polaridad afectiva: Es decir que pueden enfocarse a la aceptación o al rechazo.

Las actitudes están integradas dice Rodríguez (1991) por componentes. Un componente cognitivo, uno afectivo y uno comportamental-

- ✓ El componente cognitivo: Está formado por las representaciones y conocimientos sobre el objeto. Si no se tiene conocimiento ni representación sobre un objeto, no se va a generar una actitud hacia él.

- ✓ El componente afectivo: Es el sentimiento positivo o negativo hacia el objeto. Si es positivo, la actitud tiende hacia él, en caso contrario no ocurrirá así.
- ✓ El componente conductal: Es el que se refiere a la dirección de la acción. Es el componente activo de la actitud.

Ahora bien, si la actitud se interpreta como la manera de actuar, la tendencia a actuar en cierta dirección, la actitud empresarial sería entonces la manera de actuar de acuerdo a una manera de pensar. Las actitudes emprendedoras son maneras de actuar con sentido emprendedor.

Las actitudes emprendedoras son formas de comportamiento o una manera de actuar de las personas, que se caracteriza por la posesión y manejo de ciertas condiciones que motivan a los demás a apoyar su causa, a correr riesgos y perseverar, hasta lograr el objetivo deseado. Para llegar a ser emprendedor(a) se debe transformar los hábitos y costumbres de fatalismo, autoestima negativa y actitudes anti -empreedoras, por el optimismo, elevada autoestima y actitudes emprendedoras como: “tengo muchas ganas de crecer y alcanzar el éxito” o “los problemas son oportunidades para mí”.

La actitud emprendedora puede definirse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla (Quintero, 2007)

La base para estudiar las actitudes emprendedoras de los estudiantes se basó en los cuatro factores definidos por Robinson y partir de los cuales se creó la escala EAO y pueden ser explicados de la siguiente manera

En este estudio se tomaron como base las actitudes emprendedoras de necesidad de logro, innovación, control percibido interno y autoestima que se miden en la Entrepreneurship Attitude Orientation Scale (EAO) de Robinson

(1987). Este fue el instrumento utilizado en el trabajo y que se explicará más adelante. Además se tiene en cuenta la propensión al riesgo que es otro componente que se agrega en dicho instrumento, los cuales son factores relevantes en el perfil del emprendedor (López, Santos, y Bueno, 2004).

✓ **Necesidad de logro:**

La necesidad de logro se refiere a los resultados concretos en la creación o desarrollo de emprendimientos. Es llamada también motivación del mismo es descrita como la necesidad recurrente de alcanzar éxitos, no en comparación con otros, sino consigo mismo, como un reto de sus propias capacidades (McClelland, 1971).

Para Mollo (2008), la motivación de logro es la necesidad de perseguir y alcanzar objetivos y ascender en la escala del éxito. Citando a Graña, Mollo dice que la motivación que realmente afecta significativamente al desarrollo de un emprendimiento exitoso es la actitud hacia la consecución de un objetivo (Motivación de logro). Otro factor motivacional que afecta es la insatisfacción laboral (variable que en nuestro trabajo no se utilizará por la dificultad en su medición)” (2008). Pero no cree que sean significativas las variables ocupado/desocupado, o satisfacción/insatisfacción laboral. Lo que quiere decir que el estar ocupado o desocupado y satisfecho o no con el empleo actual, no son condiciones para motivar al logro, en un emprendedor potencial. Pero los emprendedores actúan así porque les gusta la libertad para actuar y ser quienes controlan la situación. Además, como lo sostienen y Ibáñez (2001) y Krauss, (2004), entre otros, no les agradan las tareas rutinarias y prefieren como compañeros de trabajo a los expertos en lugar de los amigos.

La necesidad de logro es una característica fundamental de los emprendedores. McClelland, (1961), (citando a Ibáñez (2001) y Krauss, (2004),. Dice que:

- ✓ “...Necesitan ser responsables de sus actos, así como tener libertad para actuar y control de la situación, además de identificarse con el éxito cuando lo logran;
 - ✓ Buscan retroalimentarse de forma continua de sus actos para modificar sus objetivos y así alcanzar el éxito
 - ✓ Se fijan metas que puedan convertirse en un reto, sin dejar de ser realistas y alcanzables. No le gustan las rutinas, sino las actividades que dependen de su propio esfuerzo y trabajo, y por último les gustan los compañeros de trabajo expertos en lugar de sus amigos.
-
- ✓ **Innovación:**

Otra de las actitudes del emprendedor es la innovación que consiste en percibir la empresa de una forma nueva y única. En el XIX esta capacidad fue considerada como un factor esencial para la supervivencia tanto de las organizaciones como de las naciones. Schumpeter (1934) describe este fenómeno como “destrucción creativa”, asegurando que este proceso es positivo porque conlleva un método más eficiente para producir bienes y servicios más económicos Citados por; Jaramillo, Pérez y Huerta, s/f).

La innovación es la capacidad de llevar a cabo actividades o cosas de forma diferente. Según Vesga (2009), es “el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de

oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas”(p.2).

La innovación contiene en sí misma la condición de incertidumbre. Ella conlleva el riesgo como factor de impulso que requiere del análisis y de la decisión. Cuando estas decisiones son tomadas en situación de incertidumbre pueden conducir al error o al fracaso, y aunque la decisión puede revertirse, siempre puede ser la causa de grandes pérdidas para la empresa.

✓ **Locus de Control:**

Una de las explicaciones más claras sobre este tipo de actitud es la que da Rotter (1966), según la cual los emprendedores tienen la fuerte creencia de que pueden controlar el resultado de sus conductas debido o sea que éstas no provienen del azar. Blackaman (2004) complementa la idea cuando indica que los emprendedores tienen mayores posibilidades de éxito porque poseen un locus de control interno y responsabilidad. Las personas que tienen locus de control interno, inspeccionan los negocios y están convencidos de que el control está en sus manos y no depende del entorno. Se relacionan de manera positiva con el esfuerzo en el trabajo, las nuevas ideas y la iniciativa. Mientras que las que tienen perciben el control externo mayor estarán convencidas de que lo que ellas hagan no influirá en los acontecimientos y explicará lo sucedido como causa de la suerte o del azar.

La persona con mayor control percibido interno se caracteriza porque es persuasiva, indaga, busca información y olvida con más facilidad los fracasos. Finalmente, Cano y otros (2003) señala que el control percibido interno se puede aprender por medio de situaciones que impulsen la comprensión entre la realización de la tarea y el resultado de esa realización.

✓ **Autoestima:**

Se percibe en los negocios como una especie de confianza y sensación de competencia para adelantar la acción comercial. Según Robbins & Judge (2009) es el “grado” en que los individuos se agradan o desagradan a sí mismos, sea que se vean como capaces y efectivos, y sientan que tienen o no el control de su entorno” (p. 111).

En la autoestima se tienen en cuenta dos dimensiones, como son: la competencia y el valor (Gecas, 1982). La competencia es el grado que la persona se ve a sí misma capaz y eficaz, y el valor se refiere al grado en que la persona se siente a sí misma como un individuo de valía (Cast & Burke, 2002).

✓ **Riesgo:**

El riesgo es una propensión siempre presente en los emprendedores que está ligada a la personalidad de cada uno (McCarthy, 2003). Espíritu y Sastre (2007) afirman que “una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor” (p. 98).

Segal, Borgia & Schoenfeld (2005), consideran que cuando se conoce e identifican las competencias diferenciadoras del emprendedor, se puede lograr exitosamente la capacitación de las mismas para desarrollarlas. De esta forma se pueden generar empresas de gran competitividad.

6.4 FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES

En concordancia con la política nacional, la Universidad viene desarrollando sus proyectos de formación de emprendedores uniendo la realidad y los negocios con la educación en las diversas carreras, en los pregrados, maestrías y doctorados (Thursby et al., 2009).

Ahora bien, antes de examinar lo que se debe enseñar es necesario distinguir como dicen Henry et al. (2005), entre Educación sobre emprendimiento, Educación para emprender y Educación en la empresa, así:

1. Educación sobre emprendimiento, cuyo objetivo es enseñar desde la perspectiva teórica los diferentes aspectos de la creación de empresas y las actitudes y los valores que deben estar presentes para iniciarla, gerenciarla y desarrollarla.

2. Educación para emprender, es aquella encaminada a lograr que los estudiantes puedan crear sus propias empresas. En este caso aprenden a diseñar su propio plan de negocios. Finalmente se tiene

3. Educación en la empresa, la cual está dirigida a quienes ya han conformado su empresa y están empeñados en hacer que ella crezca. En este caso se programan cursos para los interesados a través de los cuales se actualizan sobre las cuestiones pertinentes.

Con respecto a lo que se debe enseñar a los emprendedores, Hisrich, Peters, (2002) señalan que ellos deben adquirir:

a) Habilidades técnicas, como por ejemplo, saber comunicarse en forma escrita y verbal y alcanzar conocimientos y habilidades en aspectos de gestión y organización.

b) Habilidades de administración de empresas, entre las que se señalan, planificar, tomar decisiones, saber comercializar y llevar la contabilidad.

c) Habilidades personales, que son las que se refieren al control percibido interno, la innovación, la asunción de riesgo, así como la perseverancia y liderazgo.

Por lo anterior se deduce que la educación emprendimiento debe tener en cuenta Koiranen y Ruohotie (2001).una dimensión cognitiva, consistente en información y habilidades y finalmente, una dimensión afectiva que tiene que ver con la emoción y el temperamento.

Si bien para algunos autores lo más importante es aprender a realizar planes de negocios ya que ellos guían la actividad emprendedora y motivan a aprender, este aspecto no es definitivo para hacer buenos emprendedores, aunque sí sean importantes para facilitar la comunicación y la negociación (Gibb, 2005).

Sin lugar a dudas existen distintas formas de enseñar emprendimiento a los estudiantes. Además del plan de negocios se emplea la puesta en marcha de una empresa por medio de consultorías a emprendedores, también por medio de juegos de simulación en computadores o en comportamientos, por entrevistas a quienes hayan tenido la experiencia, estudiando casos, por observaciones en vídeos o filmaciones (Kuratko, 2005).

Por supuesto quien enseñe debe tener las bases pedagógicas suficientes para saber cómo los individuos aprenden y como se puede fortalecer. Los investigadores deben conocer cómo los individuos aprenden y cómo se puede fortalecer el emprendimiento. En este sentido, Corbett señala que es de particular importancia el asunto de los conocimientos y la creatividad (2005), pero también lo

son el empleo de las emociones y la superación de los fracasos, y sobre todo es fundamental que se lleve a la práctica el emprendimiento(Eldelman et al., 2008).

7. PRESENTACIÓN DE LOS HALLAZGOS

Desde la perspectiva que ofrece la Entrepreneurship Attitude Orientation Scale" (EAO), diseñada por Robins (1987) y sus actitudes emprendedoras de necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima y la propensión al riesgo, esta investigación presenta los siguientes hallazgos:

En la búsqueda de actitudes que muestren la necesidad de logro, en el trabajo algunos individuos muestran una necesidad recurrente de alcanzar éxitos y hay orgullo por los resultados que logran. Un amplio número de personas piensa en el futuro crear empresa, y emplean una considerable cantidad de tiempo en hacer que las organizaciones donde se desempeñan funcionen mejor. Además se observa la pasión por lograr que su trabajo se encuentre entre los mejores, poniendo retos a sus propias capacidades.

Con respecto a las actitudes que muestran innovación, una de las más notorias es la capacidad de hacer las cosas de forma diferente. Entre quienes están completamente de acuerdo con ello y los que se inclinan ligeramente por la declaración hay un número significativo de individuos. Así mismo se destaca el número de los que encuentran en la incertidumbre un medio ambiente natural, en el que se mueven satisfactoriamente. Ellos sienten emoción cuando enfocan las tareas de una forma diferente a como lo hace la mayoría de las personas y por el contrario, las tareas rutinarias no son asumidas de forma satisfactoria. Se observa entre los encuestados un factor afectivo que convierte en placenteras las actividades caracterizadas por la incertidumbre.

Los emprendedores están convencidos de que sus conductas no provienen del azar y por lo tanto pueden ser controladas. Ellos analizan sus propios

comportamientos y no están especialmente preocupados por la influencia de las condiciones sociales y económicas en los negocios. El control percibido interno está decididamente relacionado con el esfuerzo en el trabajo y de ninguna manera con la suerte. De allí que se destaque en los entrevistados no se muestren inclinados a aplazar los asuntos importantes. Las actitudes de control interno se muestran en la búsqueda de resultados concretos y de consecución de metas muy específicas y muy bien logradas gracias al trabajo. En este sentido se observa además una atención especial con respecto al aprovechamiento del tiempo. Pero no se sacrifican a menudo el bienestar personal inmediato para conseguir lo que quieren.

La actitud menos evidente entre las analizadas en la investigación es la Autoestima porque si bien esta se percibe como el agrado con que se ven a sí mismos los individuos, en este caso algunos se sienten cohibidos para hacer propuestas comerciales o estar en presencia de personas que han logrado el éxito comercial y pasan mucho tiempo buscando quien resuelva sus problemas comerciales. Contrasta ello con el hecho de que un número significativo se siente orgullosos de lo que hace.

Este universitario es individuo que asume riesgos trabajando dura para minimizarlos y algunos consideran importante analizar las debilidades pen los asuntos de negocios.

8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE CONFORMIDAD CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

El objetivo de esta investigación ha sido identificar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de último semestre de la Facultad de Administración de la Universidad Los Libertadores Sede Barranquilla. La presencia de estas actitudes permitirá pronosticar los buenos resultados del programa de emprendimiento de la facultad, que a la larga deberán incidir en la decisión de crear empresa de los alumnos egresados de la Facultad.

Con este propósito y para realizar el análisis de los resultados se procede a categorizar la información obtenida y teniendo en cuenta los objetivos específicos, así:

Primer objetivo específico: Identificar las actitudes emprendedoras de los Estudiantes de último semestre de Administración de la Universidad Los Libertadores.

En este caso se identificaron las cinco actitudes consideradas emprendedoras, como son: Necesidad de logro, Innovación, Locus de Control, Autoestima y Riesgo. Son las mismas que desarrolló Robbins con su Entrepreneurship Attitude Orientation Scale (EAO) (1987) y que Ibáñez adaptó en su investigación doctoral sobre estudiantes españoles (2002). Así mismo se hizo una adaptación de esta escala en esta investigación para aplicarla a los estudiantes de la muestra.

El trabajo se enfocó en las actitudes por considerar que estas pueden ser mejores indicadores de comportamientos que las características de la personalidad.

Segundo objetivo específico: Analizar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas en la Universidad Los Libertadores Sede Barranquilla.

Necesidad de logro: La primera actitud analizada, fue la Necesidad de logro: McClelland cree que la necesidad de logro se enfoca a los resultados concretos en la creación o desarrollo de emprendimientos. También la llama motivación del mismo y la describe como una como la necesidad recurrente de alcanzar éxitos, no en comparación con otros, sino consigo mismo, como un reto de sus propias capacidades (1971). Los estudiantes se apasionan porque sus trabajos se encuentren entre los mejores y se sienten orgullosos por los resultados alcanzados. Motivados por estas sentimientos, se encuentran motivados para lograr que su trabajo sea cada vez mejor y que sus entorno laboral se desarrolle cada vez mejor.

Innovación: Según Vesga (2009), es “el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Se observa la presencia de esta actitud en la tendencia de los estudiantes a no seguir instrucciones, sino a actuar la mayoría de las veces de acuerdo con su propio criterio, sin sujetarse a instrucciones. Ellos se separan de la rutina laboral y buscan ventajas en nuevas soluciones, nuevas formas de hacer las cosas.

Control percibido interno: Para Rotter (1966) los emprendedores tienen la fuerte creencia de que pueden controlar el resultado de sus conductas debido o sea que éstas no provienen del azar. Estos individuos muestran una clara certeza de que los resultados solo provienen de su propio esfuerzo. El trabajo puede controlar resultados. Sin embargo las evidencias encontradas no son congruentes con lo afirmado, puesto que no existe entre los encuestados un esfuerzo suficiente para controlar las situaciones que puedan afectar su labor impidiendo el éxito. Sin

embargo, confían en sus capacidades, creen que hay que prepararse y buscar el éxito.

Autoestima: Como ya se señaló en los hallazgos, esta actitudes resulta menos evidente y ello se manifiesta en que algunos se sienten cohibidos en momento de hacer negocios o propuestas comerciales, así como al estar frente a personas exitosas en el mundo de los negocios. Otra evidencia negativa es que pasan mucho tiempo buscando quien resuelve sus problemas, lo que resulta muy contradictorio con la evidencia de que la mayoría se siente muy orgullosa de lo que hace.

Si se tiene en cuenta, como dicen Robbins & Judge (2009) que la autoestima es el “grado” en que los individuos se agradan o desagradan a sí mismos, sea que se vean como capaces y efectivos, y sientan que tienen o no el control de su entorno” (p. 111), es posible que esta actitud no se encuentre presente o sea muy escasa, ya que los estudiantes encuestados se sienten inseguros de sus propias capacidades y del control que ejercen en su entorno. Resulta también dudosa la actitud de control positivo interno, aunque en la encuesta se muestre positiva.

Riesgo: Para Espíritu y Sastre (2007) una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor” (p. 98). Esta actitud se aprecia en los estudiantes encuestados y está relacionada muy estrechamente con la innovación que los motiva para la búsqueda de nuevas soluciones. Moverse en situaciones inciertas con comodidad señala que estos individuos buscan el éxito y no la estabilidad de manera inicial.

Tercer objetivo: • Mostrar la relación de la formación en emprendimiento con la intención emprendedora de los Administradores de la Universidad Los Libertadores.

En la actualidad la universidad está llevando a cabo un programa para la formación en emprendimiento de sus estudiantes, lo cual está encaminado en última instancia a la creación de nuevas empresas que mejoren las condiciones del entorno a través de la creación de nuevos empleos.

La Universidad está empeñada como lo dice el Centro empresarial, en el desarrollo de las competencias transversales que identifican al profesional Libertador, específicamente con la competencia de emprendimiento, la cual está definida por la Institución como: “resolver y plantear nuevos problemas con capacidad de riesgo, capacidad de cambio, creatividad, innovación y liderazgo, que posibiliten soluciones que satisfagan las necesidades de las organizaciones, de la comunidad y las propias, para el logro de una mejor calidad de vida”.

Formar en una cultura de emprendimiento es un proceso que se lleva a cabo por medio de actividades estructuradas que visualizan y socializan los logros y directrices de la formación, no sólo con el ejercicio académico sino también con actividades como el contacto motivacional con empresarios que apoyen el trabajo de los estudiantes; la articulación de las facultades con los organismos nacionales y regionales involucrados en la tarea del emprendimiento.

El Departamento de Emprendimiento y Empresarismo se encarga de desarrollar procesos tanto de carácter académico como investigativos y con proyección social para toda la comunidad educativa y dirigidos a la formación y desarrollo de la competencia emprendedora.

Por lo tanto, si se comparan los resultados con el propósito universitario, la formación de una actitud emprendedora en los universitarios es un proyecto que está en proceso dentro de la gestión de la formación integral institucional.

9. CONCLUSIONES

La presente investigación permitió concluir que:

Se identifica la formación de actitudes emprendedoras como *la innovación, control percibido interno, autoestima y la propensión al riesgo*, en los estudiantes de administración de la Fundación Los Libertadores. Pero si bien algunas de sus comportamientos permiten detectar claramente su presencia, en otras no es muy clara su formación. Afirmándose en consecuencia que es necesario afirmar este tipo de formación,

La actitud con menos rasgos definidos es la autoestima, ya que mientras en algunos aspectos se manifiesta claramente, en otros claramente está por formarse, como cuando se sienten cohibidos para hacer propuestas o cuando están frente a individuos exitosos.

Las actitudes más claramente definidas son la necesidad de logro y el locus de control. En el primer caso se aprecia que están dispuestos a asumir nuevos retos y soluciones diferentes a los problemas con los que se enfrentan. En cuanto al segundo claramente manifiestan con sus actitudes que están convencidos de controlar las situaciones. Examinan con detalle sus tareas y se esfuerzan por llevarlas a cabo lo mejor posible.

La innovación tiene una manifestación clara en la tendencia a hallar soluciones diferentes y a rechazar la rutina. Disfrutan cierta medida de incertidumbre, pero los riesgos son adecuadamente controlados porque suelen ser mayormente cuidadosos en la realización de tareas.

10. BIBLIOGRAFÍA

Ajzen, I. & Madden, J. (1986) Prediction of goal directed behavior; attitudes, intentions and perceived control. *Journal of Experimental Social Psychology*.

Allport, G.W. (1935). Attitudes. En: C. Murchinson (Ed) *A handbook of psychology* (p.798-844) Worcester (Massachusetts): Clark University Press.

Ayerbe, M.; Buenetxea, E. (2000) "La cultura del trabajo y la actitud emprendedora en el ámbito profesional de la C.A.P.V.". Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. España.

Blackman, A. (2004) *Entrepreneurs: Interrelationships between their characteristics, values, expectations, management practices and SME performance*. Australian Digital Theses Program. Griffith University.

Cámara de Comercio de Bogotá (2012). *Escalando el Emprendimiento en Colombia*. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/.../Escalando%20el%20Emprendimiento%20en%20Colombia...>

Cast, A. & Burke, P. (2002) A theory of self-esteem. *Social forces* Vol 80 pp. 1041 – 1068.

Cano, C. J; García, J.; Gea, A. B. (2004): "Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". Servei de Publicacions Universitat de Valencia, cap. 9, pp. 143-160

Cámara de Comercio de Barranquilla (2016). ¿Cómo se mueve el ecosistema emprendedor en Barranquilla? Mprende. Disponible en: <http://mprende.co/ecosistema/%C2%BFc%C3%B3mo-se-mueve-el-ecosistema-emprendedor-en-barranquilla>

Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. Disponible en: <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadoelarteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>

Crissien, J. (2009). Investigando el entrepreneurship: tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. Revista EAN. 66: 67 – 84.

_____(2011). Enseñando entrepreneurship: creación de empresas estrategias pedagógicas para despertar el espíritu emprendedor. Revista EAN: Pedagogías en Emprendimiento, 71, 100-125.

Cubillos, M. C; Rodríguez, S. (2013) Una mirada a la docencia del emprendimiento en IES colombianas. Ponencia presentada en: Formando comunidades para el emprendimiento sustentable: VII Workshop Red Emprendesur. Medellín.

Congreso de Colombia (2006). Ley 1014 de 2006. Ley de fomento a la cultura del emprendimiento. Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-94653.html>

Delgado-García, J. B., Rodríguez-Escudero, A. I., & Martín-Cruz, N. (2012). Influence of affective traits on entrepreneur's goals and satisfaction. *Journal of Small Business Management*, 50 (3), 408-428.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística-Dane-(2016). Gran Encuesta Integrada de Hogares. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>.

Espíritu, R. & Sastre, M. (2008) Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España. Disponible en: <http://www.clee2008.ufsc.br/25.pdf>.

Etchebarne M. S. 2003. Emprendimiento. Programa de Especialización en Comunicación Tecnológica, Universidad de la Frontera, Temuco. Disponible en Homeage http://ramtun.ufro.cl/ptec/doc/soledad%20etchebarne_1.ppt

Gecas, V. (1982) The self-concept. Annual review of sociology.

Gibb, A. (2005). «Creating the entrepreneurial University Worldwide. Do we need a wholly different model of Entrepreneurship?». CIELA-2005, 4.º Congreso de Investigación en Entrepreneurship en Latinoamérica, Cali, Colombia, 26 al 28 de octubre 2005.

Henry, C.; Hill, F.; Leitch, C. (2005). «Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I». Education+ Training, 47(2), pp. 98-111

Hernández Sampieri, R., et al (2003). Metodología de la Investigación. McGrawHill.

Hisrich, R.; Peters, M. (2002). Entrepreneurship, 5ed. NuevaYork: Mc. Graw-Hill.

Ibáñez, A. (2002). Actitudes Emprendedoras de los Estudiantes Universitarios en la CAPV. En: Estudios Empresariales. Sep-Dic (110).

Ibáñez, T. (2004). Introducción a la Psicología Social. Barcelona, Eureka Media.

Jaramillo, L. (2008). Emprendimiento: concepto básico en competencias. Barranquilla: Universidad del Norte, Instituto de Estudios en Educación.

Jaramillo, M; Pérez, M. y Huerta, M. (s/f). Actitud emprendedora de los estudiantes de la Licenciatura en Contaduría y Administración del Centro Universitario UAEM Temascaltepec. Disponible en: http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xviicongresoaecca/cd/129c.pdf

Ibáñez, M. (2001). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV. Tesis doctoral de la Universidad de Deusto. España.

Krauss, C. (2008). "Las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay". Revista Electrónica FCE, Universidad Católica del Uruguay, 1-21.

Liñán, F. (2004). Educación empresarial y modelo de intenciones: formación para un empresariado de calidad. Sevilla: Universidad de Sevilla.

McCarthy, B. (2003) The impact of the entrepreneur's personality on the strategy-formation and planning process in SMEs. Irish journal of management No. 24 Vol. 1.

McClelland (1971) The achievement Motive in Economic Growth Entrepreneurship and economic development Ed. In P. Kilby New York pp. 109 – 122.

Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. EN: Revista EAN, 71. Disponible en: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/552/540>

Mollo, G. (2008). El Espíritu Emprendedor en la formación de los nuevos Profesionales. Disponible en: http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/tesis_2.pdf

Ortiz, C; Gutierrez, J; Rodriguez, S.(2013) El lugar del emprendimiento en las instituciones de educación superior en Colombia: caso REUNE. En: Revista Gestión & Sociedad. 21

Ortiz, C; Morales, M.E. (2011). La extensión universitaria en América Latina, concepciones y tendencia. Revista Educación Y Educadores. 14 (2): 349 – 366.

Robbins, S. & Judge, T. (2011) Organizational behavior. (14th) New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Robbins, P. (1987). Prediction of Entrepreneurship Based of Attitude Consistence Model. Unpublished doctoral dissertation. Brigham Young University, Provo, Utha, USA.

Robins, P. ; Stimpson, D.; Huefner, J. y Hunt, H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. Entrepreneurship. Theorice and Praticte 15(4), 13-30

Rodríguez, A. (1991). Psicología Social, México, Trillas.

Rotter, J. (1966) Generalised expectancies for internal versus external control of reinforcement. Psychological. Disponible en:

monographs.http://www.elcriterio.com/revista/ajoica/contenidos_3/emprendedores_caso_andaluz.pdf.

Rusque, A., S. Ramirez et al. 1998. Ponencia: Medición de Capacidad Emprendedora de Estudiantes de Escuelas de Administración de Europa y América Latina. XII Congreso latinoamericano sobre Espíritu empresarial, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial. Costa Rica. Disponible en [Homepage<http://lanic.utexas.edu/pyme/esp/publicaciones/biblioteca/itcr/estud.html>](http://lanic.utexas.edu/pyme/esp/publicaciones/biblioteca/itcr/estud.html)

Schumpeter, J.A. 1950. Capitalism, Socialism and democracy. 3rd. ed. New York. Harper y Brothers

Shane S. & Venkataraman S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of management review Vol. 25, No. 1.

Shapero, A. (1984). The Entrepreneurial Event. In: The Environment for Entrepreneurship, Lexington, Mass.: Lexington Books.

Stevenson, H. 2000. Why the entrepreneurship has won! Disponible

en www.usasbe.org/pdf/cwp-2000-stevenson.pdf

Timmons, J. A. (1989). La mentalidad empresarial. Buenos Aires: Suramericana

_____; Spinelli, S. (2007). New venture creation: entrepreneurship for the 21 st century. 7.ªed. Nueva York: McGraw-Hill-

Thursby, M.; Fuller, A.; Thursby, J. (2009). «An integrated approach to educating professionals for careers in innovation» Academy of Management Learning & Education. 8(3) pp, 389–405

Toca, C. (2010) Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. Estudios Gerenciales. 110 (17): 41 –

11. ANEXOS

Anexo 1 Encuesta

Entrepreneurship Attitude Orientation Scale" (EAO) es una encuesta creada por Robinson en 1987 y que fue traducida y adaptada por Ibáñez en 2001 en España. Esta escala, enfocada en las actitudes, se considera más eficaz que las que una centrada en el modelo actitudinal y mucho más que eficaz que las que se basan en la personalidad y la motivación. Para este propósito el autor define el emprendedor como "una persona que ha iniciado más de un negocio (el último de ellos en un período de dos a cinco años), con algún tipo de innovación (Robinson, 1987, p.23).

La encuesta mide la actitud emprendedora por medio de cuatro subescalas, como son: Éxito, innovación, locus de control y autoconfianza (Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt, 1991). Cada una de estas subescalas se estudia a través de los tres componentes de la actitud: cognición, afecto y conducta. Consta de 75 items.

Esta es la encuesta que con algunos ajustes y adaptaciones que tienen en cuenta la condición, se va a aplicar a los estudiantes-

EAO

A continuación aparecerán una series de frases. Léalas atentamente y piense en que medida describen su forma de ser. (Si no trabaja o tiene negocio en la actualidad, piense en lo que haría si así fuera). Indique cuánto está usted de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones.

Para contestar aparecerán 10 categorías de respuesta:

- | | |
|---|--|
| 1. No está de acuerdo con la declaración. | 6. Muestro sólo un ligero acuerdo. |
| 5. Discrepo sólo ligeramente. | 10. Estoy muy de acuerdo con la declaración. |

El número 1 significa estar en total desacuerdo y el 5: discrepo ligeramente; el 6: un poco de acuerdo y el 10: Muy de acuerdo).

Elegirá la que más se adecue a su comportamiento deseado Tendrá que colocar una "X". Trate de evitar la respuesta intermedia.

Trabaje tan rápidamente como pueda no se detenga a pensar demasiado las preguntas.

Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas. Por favor conteste todas las preguntas.

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|----|
| - | | | | | | | | | ++ |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|----|

1 Yo consigo emocionarme más cuando mi trabajo está entre los mejores.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

2 Raramente sigo instrucciones a menos que la tarea en la que estoy trabajando sea demasiado compleja.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

3 Nunca aplazo asuntos importantes hasta otro momento más conveniente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

4 Siempre he trabajado para estar entre los mejores en mi campo

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

5 Me siento totalmente fracasado cuando mis planes no resultan como creo que deberían

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

6 Me siento muy activo cuando trabajo con compañeros innovadores en un clima dinámico.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

7 Creo que los resultados concretos son necesarios para juzgar el éxito en toda ocasión.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

8 Empleo una considerable cantidad de tiempo en hacer que cualquier organización a la que pertenezco funcione mejor.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

9 Sé que las condiciones sociales y económicas no afectan (o afectarán) mi éxito en los negocios

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

10 Creo que es importante analizar las propias debilidades en asuntos de negocios.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|----|
| - | | | | | | | | | ++ |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|----|

11 Normalmente realizo muy bien mi parte de cualquier proyecto comercial en el que estoy implicado.

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|----|

12 Me emociono cuando soy capaz de enfocar las tareas de modo no convencional.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

13 Me siento muy cohibido al hacer propuestas comerciales.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

14 No me molesta la incertidumbre y el riesgo ante lo desconocido

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

15 Pienso algún día tener mi propia empresa

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

16 Paso mucho tiempo buscando a alguien que pueda decirme cómo resolver todos mis problemas comerciales.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

17 Me siento (o me sentiría) muy limitado cuando estoy sujeto a las actividades comerciales muy organizadas incluso cuando estoy al control

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

18 . A menudo sacrifico (o estoy dispuesto a sacrificar) el bienestar personal para aprovecharme de las oportunidades comerciales.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

19 Me siento cohibido cuando estoy personas que han alcanzado un gran éxito.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

20 Hago cada trabajo tan concienzudamente a fondo como sea posible

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|----|
| - | | | | | | | | | ++ |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|----|

21 Para tener éxito creo que es importante usar el tiempo acertadamente

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

22 Creo que un empresario tenga debe dedicar tiempo para planear el futuro de su negocio

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

23 Me esfuerzo conscientemente para obtener lo máximo de mis recursos comerciales.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

24 Creo que una clave para el éxito en los negocios es no aplazar las decisiones

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

25 Me siento orgulloso cuando hago un buen trabajo con mis proyectos comerciales.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

26 Creo que las organizaciones que no experimentan cambios radicales de vez en cuando tienden a estancarse en la rutina.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

27 Creo que para que una empresa tenga éxito debe utilizar prácticas comerciales aunque parezcan extrañas a primera vista.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

28 Disfruto encontrando buenas soluciones a los problemas que aún no se han solucionado.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

