

**ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES
DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD
DE PAMPLONA**

PRESENTADO POR:

**JANEY NAYERLY MUÑOZ AMARIS
YEIMMY MILDRED MESA CÁCERES**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA NORTE DE SANTANDER**

2019 - II

**ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES
DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD
DE PAMPLONA**

PRESENTADO POR:

**JANEY NAYERLY MUÑOZ AMARIS
YEIMMY MILDRED MESA CÁCERES**

**PROPUESTA DE TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ADMINISTRADORAS DE EMPRESAS**

DIRECTORA:

LAURA TERESA TUTA RAMÍREZ

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA NORTE DE SANTANDER**

2019 - II

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA, NORTE DE SANTADER

NOTA DE ACEPTACIÓN

Aprobado por el Comité de Grado
en cumplimiento de los requisitos
exigidos por la Universidad de
Pamplona

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Dedicatoria

Todo el honor y la gloria sea para DIOS, por derramar su amor sobre nosotras alimentando nuestro espíritu de fe y fortaleza para la culminación de este estudio, así mismo por escuchar nuestros sueños y de esta manera cumplirlos.

Además, dedicamos este logro a nuestros padres, quienes nos han guiado a ser las personas que somos hoy en día, nos han inculcado amor y respeto y sobre todo nos han enseñado a perseguir nuestros sueños y que la perseverancia y el amor con el que hagamos las cosas, será el reflejo de nuestras vidas. Este logro se lo debemos a ustedes, por su motivación constante y su lucha incansable para vernos triunfar.

Agradecimientos

Agradecemos a DIOS por ser quien nos ha colmado de valor para afrontar cada reto que la vida nos ha puesto, así mismo por ser nuestra guía y fortaleza en este camino, gracias por nunca soltar nuestras manos y que gracias a su amor infinito ha guiado cada paso que damos.

Igualmente agradecemos a nuestros padres Gavino Mesa Estupiñán, Gladys Cáceres Galindo, Ramon Octavio Muñoz Beltrán y Leidis Amaris López por ser nuestros motores para seguir adelante en cada objetivo que nos planteamos, así mismo por ser las personas que nos han brindado incondicionalmente su amor, dedicación y apoyo.

Así mismo agradecemos a los docentes del programa de Administración de Empresas por su entrega y dedicación, y que a través de sus enseñanzas nos han transmitido los conocimientos suficientes para afrontar esta nueva etapa de nuestras vidas. Especialmente agradecemos a la docente Laura Teresa Tuta Ramírez, siendo nuestra directora de trabajo por su esfuerzo, amor y dedicación, de igual forma el profesor Álvaro Parada Carvajal, por su interés y entrega.

Finalmente agradecemos a la Universidad de Pamplona, por abrirnos las puertas para emprender nuestros sueños, así mismo a la ciudad de Pamplona, por resguardarnos en su linda ciudad durante todo nuestro proceso de formación.

Resumen

El presente trabajo de investigación consiste en analizar las tendencias emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona. El objetivo de la investigación radica en identificar las características emprendedoras, determinar las barreras de emprendimiento, valorar la percepción del perfil emprendedor, de tal manera que determine los factores que caracterizan las tendencias emprendedoras en los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

Se utilizó un enfoque cuantitativo con un tipo de estudio descriptivo. El contexto está representado por un total de 102 estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, donde el 51 corresponden a estudiantes de primer y segundo semestre, y el total restante 51 corresponden a estudiantes de octavo y noveno semestre, esto se realizó según cifras aportadas por la oficina de Registro y Control Académico de la Universidad de Pamplona, por la totalidad de 291 estudiantes del programa de la carrera de Administración de Empresas de la modalidad presencial de la Universidad de Pamplona, bajo una muestra probabilística estratificada, donde los 102 estudiantes corresponden al 35% de la población universo. Se empleó el instrumento de test denominado: Test de Tendencias Emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona.

Entre los resultados obtenidos cabe destacar que los estudiantes de primeros semestres entran a la Universidad con una percepción más soñadora e idealista, es decir que consideran que sus ideas de negocio pueden ser llevadas a cabo sin ningún inconveniente, por lo contrario los estudiantes de últimos semestres son estudiantes más aterrizados, centrados, y realistas, dado a que entienden el contexto emprender, los factores y la complejidad del mismo, esto a

que han estado en contacto con el emprendimiento durante su trascurso en la universidad, por medio de las diferentes asignaturas y experiencias que se les ha brindado.

Abstract

This research work consists in analyzing the entrepreneurial tendencies of the students of the Business Administration program of the University of Pamplona. The objective of the research is to identify the entrepreneurial characteristics, determine the entrepreneurial barriers, assess the perception of the entrepreneurial profile, in such a way that it determines the factors that characterize the entrepreneurial tendencies in the students of the Business Administration program.

A quantitative approach was used with a type of descriptive study. The context is represented by a total of 102 Business Administration students from the University of Pamplona, where 51 correspond to first and second semester students, and the remaining 51 correspond to eighth and ninth semester students, this was done according to figures provided by the Office of Registration and Academic Control of the University of Pamplona, for the totality of 291 students of the Business Administration degree program of the face-to-face modality of the University of Pamplona, under a stratified probabilistic sample, where the 102 Students correspond to 35% of the universe population. The test instrument called: Entrepreneurial Trends Test of the students of the Business Administration program of the University of Pamplona was used.

Among the results obtained, it should be noted that the first semester students enter the University with a more dreamy and idealistic perception, that is to say that they consider that their business ideas can be carried out without any inconvenience, on the contrary the last semester students they are more grounded, focused, and realistic students, given that they understand the entrepreneurial context, the factors and the complexity of it, that they have been

in contact with entrepreneurship during their course at the university, through the different subjects and experiences that have been provided.

Índice

Introducción.....	16
Capítulo I.....	18
1. El Problema	18
1.1 Título	18
1.2 Planteamiento del problema	18
1.3 Formulación de la investigación	23
1.3.1 Sistematización	23
1.4. Objetivos de la investigación	24
1.4.1 Objetivo General	24
1.4.2 Objetivo Específicos.....	24
1.4 Justificación de la investigación	25
1.5 Delimitación y alcances	26
1.6.1 Temática	26
1.6.2 Espacial.....	26
1.6.3 Temporal.....	26
Capítulo II.....	27
2. Marco de referencia	27
2.1 Antecedentes	27
2.1.1 Internacionales	27
2.1.2 Nacionales.....	29
2.1.3 Regionales.....	32
2.2 Marco teórico	35
2.3 Marco conceptual.....	50
2.4 Marco legal.....	53
Capítulo III	58
3. Diseño metodológico	58
3.1 Tipo de investigación.....	58
3.2 Diseño de la investigación	58
3.3 Población y muestra.....	59
3.3.1 Población universo	59
3.3.2 Muestra	60
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección.....	61
3.5 Presentación y análisis de la información	62

3.6 Análisis de la información	63
3.7 Análisis general de la información	161
Capítulo IV	170
4. Aspectos administrativos.....	170
5.1 Recursos	170
5.2 Cronograma de actividades	171
5.3 Presupuesto.....	172
Capítulo V	173
5. Ejecución del proyecto.....	173
5.1. Objetivos del proyecto	173
5.2 Caracterización de los resultados de la investigación.....	174
5.3 Estrategias	184
Conclusiones	185
Bibliografía.....	190
Anexos.....	199

Lista de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	57
Tabla 2 Distribución Poblacional.....	61
Tabla 3 Administración de recursos.....	170
Tabla 4 Cronograma de actividades.....	171
Tabla 5 Presupuesto	172

Lista de figuras

Figura 1 Porcentaje del género de los encuestados	63
Figura 2 Porcentaje de edad.....	64
Figura 3 Porcentaje región de procedencia.....	65
Figura 4 Porcentaje formación profesional.....	66
Figura 5 Porcentaje formación profesional.....	67
Figura 6 Porcentaje de dirección, administración o coordinación.....	68
Figura 7 Porcentaje de dirección, administración o coordinación.....	69
Figura 8 Porcentaje de creatividad	70
Figura 9 Porcentaje de creatividad	71
Figura 10 Porcentaje de innovación	72
Figura 11 Porcentaje de innovación	73
Figura 12 Porcentaje de tolerancia	74
Figura 13 Porcentaje de tolerancia	75
Figura 14 Porcentaje de perseverancia	76
Figura 15 Porcentaje de perseverancia	77
Figura 16 Porcentaje de autoconfianza.....	78
Figura 17 Porcentaje de autoconfianza.....	79
Figura 18 Porcentaje de asumir riesgos.....	80
Figura 19 Porcentaje de asumir riesgos.....	81
Figura 20 Porcentaje de liderazgo.....	82
Figura 21 Porcentaje de liderazgo.....	83
Figura 22 Porcentaje de proactividad	84
Figura 23 Porcentaje de proactividad	85
Figura 24 Porcentaje de eficacia	86
Figura 25 Porcentaje de eficacia	87
Figura 26 Porcentaje de trabajo en equipo.....	88
Figura 27 Porcentaje de trabajo en equipo.....	89
Figura 28 Porcentaje de aprovecha oportunidades.....	90
Figura 29 Porcentaje de aprovecha oportunidades.....	91
Figura 30 Porcentaje de solución de problemas.....	92
Figura 31 Porcentaje de solución de problemas.....	93
Figura 32 Porcentaje de toma de decisiones	94
Figura 33 Porcentaje de toma de decisiones	95
Figura 34 Porcentaje de recursos económicos	96
Figura 35 Porcentaje de recursos económicos	97
Figura 36 Porcentaje de cultura de emprendimiento.....	98
Figura 37 Porcentaje de cultura de emprendimiento.....	99
Figura 38 Porcentaje de competencia.....	100
Figura 39 Porcentaje de competencia.....	101
Figura 40 Porcentaje de visión o perspectiva de otros	102
Figura 41 Porcentaje de visión o perspectiva de otros	103
Figura 42 Porcentaje de abrazar la innovación	104
Figura 43 Porcentaje de abrazar la innovación	105
Figura 44 Porcentaje de definir bien los objetivos del negocio	106
Figura 45 Porcentaje de definir bien los objetivos del negocio	107
Figura 46 Porcentaje de conocimiento del mercado.....	108

Figura 47 Porcentaje de conocimiento del mercado.....	109
Figura 48 Porcentaje de identificar oportunidades.....	110
Figura 49 Porcentaje de identificar oportunidades.....	111
Figura 50 Porcentaje del género de los encuestados	112
Figura 51 Porcentaje de edad.....	113
Figura 52 Porcentaje región de procedencia.....	114
Figura 53 Porcentaje formación profesional.....	115
Figura 54 Porcentaje formación profesional.....	116
Figura 55 Porcentaje de dirección, administración o coordinación.....	117
Figura 56 Porcentaje de dirección, administración o coordinación.....	118
Figura 57 Porcentaje de creatividad	119
Figura 58 Porcentaje de creatividad	120
Figura 59 Porcentaje de innovación	121
Figura 60 Porcentaje de innovación	122
Figura 61 Porcentaje de tolerancia	123
Figura 62 Porcentaje de tolerancia	124
Figura 63 Porcentaje de perseverancia	125
Figura 64 Porcentaje de perseverancia	126
Figura 65 Porcentaje de autoconfianza.....	127
Figura 66 Porcentaje de autoconfianza.....	128
Figura 67 Porcentaje de asumir riesgos.....	129
Figura 68 Porcentaje de asumir riesgos.....	130
Figura 69 Porcentaje de liderazgo.....	131
Figura 70 Porcentaje de liderazgo.....	132
Figura 71 Porcentaje de proactividad.....	133
Figura 72 Porcentaje de proactividad.....	134
Figura 73 Porcentaje de eficacia	135
Figura 74 Porcentaje de eficacia	136
Figura 75 Porcentaje de trabajo en equipo.....	137
Figura 76 Porcentaje de trabajo en equipo.....	138
Figura 77 Porcentaje de aprovecha oportunidades.....	139
Figura 78 Porcentaje de aprovecha oportunidades.....	140
Figura 79 Porcentaje de solución de problemas.....	141
Figura 80 Porcentaje de solución de problemas.....	142
Figura 81 Porcentaje de toma de decisiones	143
Figura 82 Porcentaje de toma de decisiones	144
Figura 83 Porcentaje de recursos económicos	145
Figura 84 Porcentaje de recursos económicos	146
Figura 85 Porcentaje de cultura de emprendimiento	147
Figura 86 Porcentaje de cultura de emprendimiento	148
Figura 87 Porcentaje de competencia.....	149
Figura 88 Porcentaje de competencia.....	150
Figura 89 Porcentaje de visión o perspectiva de otros	151
Figura 90 Porcentaje de visión o perspectiva de otros	152
Figura 91 Porcentaje de abrazar la innovación	153
Figura 92 Porcentaje de abrazar la innovación	154
Figura 93 Porcentaje de definir bien los objetivos del negocio	155
Figura 94 Porcentaje de definir bien los objetivos del negocio	156

Figura 95 Porcentaje de conocimiento del mercado.....	157
Figura 96 Porcentaje de conocimiento del mercado.....	158
Figura 97 Porcentaje de identificar oportunidades.....	159
Figura 98 Porcentaje de identificar oportunidades.....	160

Introducción

La presente investigación tiene como propósito analizar las tendencias emprendedoras que poseen los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, centrandose así su importancia en identificar las características emprendedoras que predominan en los estudiantes, las barreras de emprendimiento que impiden o dificultan la generación de ideas para su puesta en marcha, así mismo la percepción de los estudiantes centradas en el desarrollo de una cultura de emprendimiento propio y a su vez dirigidas al entorno social.

De igual manera este trabajo analizó dos situaciones de suma relevancia, primero la percepción de los estudiantes de primer y segundo semestre del programa de Administración de empresas, teniendo como eje fundamental el emprendimiento de cada individuo, a su vez analizó a los estudiantes de octavo y noveno semestre partiendo desde su percepción en el emprendimiento, teniendo en cuenta estas dos perspectivas, esta investigación busca identificar oportunidades y fortalezas en pro de beneficiar La Universidad de Pamplona y la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en su programa de Administración de Empresas.

Dicha investigación está enfocada dentro de la modalidad de un enfoque cuantitativo, de tipo de estudio descriptivo. Para la realización del proyecto de investigación se tomó como muestra la base de datos suministrada por la oficina de Registro y Control Académico de la Universidad de Pamplona mediante un instrumento bajo la modalidad de Test, denominado Test de Tendencias Emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona. Así mismo la presente investigación estará

sustentada por los aportes teóricos de Pereira (2003) y Shumpeter (19912) entre otros, con el fin de complementar y dar un contexto bajo la definición de diferentes expertos que permitan contextualizar de manera clara la investigación.

Capítulo I

1. El Problema

1.1 Título

Análisis de las tendencias emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona.

1.2 Planteamiento del problema

Tras la llegada de la globalización, distintos aspectos se vieron modificados en el surgimiento de diferentes connotaciones acerca del emprendimiento; el cual desempeña un papel fundamental en el sector económico, debido a la importancia que ha incursionado en la creación de empresas y que, tras el fenómeno global, se ha vuelto relevante para la economía de todos los países. En un concepto general, el emprendimiento es la capacidad de cualquier individuo, quien, de manera independiente, puede generar actividades que conllevan a la consolidación de una empresa; aserción que se infiere de lo afirmado por Kundel (1991), citado por Oller, Pazos, Oviedo y Jordà (2015) y quien sostiene que: “la actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (p.160).

Por otra parte, Cantillon (1775) citado en Duarte y Ruiz (2009) lo define como el: “...agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto” (p.329). Dicho autor distingue que el

emprendedor; a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro y afirma que es él quien asume y soporta, los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

En cuanto al concepto económico, Shane y Venkataraman (2000) plantean, que por emprendimiento se entiende la creación y consolidación de empresas a partir de la detección y explotación de oportunidades en los mercados. Es así, como el emprendimiento se ha visto envuelto como una mega tendencia a nivel mundial en los países en desarrollo y en vía de desarrollo. Se ha considerado una opción para erradicar los problemas laborales que están enfrentando especialmente los jóvenes; en tanto que antiguamente los estudiantes, tenían la certeza de terminar su carrera, trabajando en cualquier empresa; mientras que hoy en día, existe plena incertidumbre de que esto suceda, debido a diversos factores que han deteriorado los índices de empleo; tales como: sobrepoblación, altos costos económicos, problemas entre países que son potencia mundial, entre otros.

Según el Índice Global de Emprendimiento (IGE), realizado en 2017 por el Consejo Nacional de Competitividad (CNC) para medir por medio de investigaciones; tanto la calidad del espíritu emprendedor de un país, como el nivel de apoyo a diferentes iniciativas empresariales por medio de 3 componentes (Actitudes Emprendedoras, Competencias para Emprender y Aspiraciones Emprendedoras), desglosados en 14 pilares, dichos resultados arrojaron que el emprendimiento está relacionado a la condición de desarrollo en la que se encuentre un país específico; es decir, que los países de bajos ingresos, carecen de emprendedores; lo cual puede deberse a causa de factores; tales como, capital humano limitado o a la infraestructura precaria para la generación de empleos de alta calidad.

De 137 países que se investigaron, la mayor proporción de países emprendedores, son tomados por las economías europeas como: Suiza, Suecia, Dinamarca y Reino Unido; sin embargo, Estados Unidos ocupa el primer puesto de países emprendedores, con una puntuación de 83,4%. Ahora bien, con base en lo anterior, los países que se encuentran desarrollados a diferencia de otros países en vía de desarrollo, son los que presentan los más altos índices de emprendimiento, en cuanto a Sur América, Chile es el que más se aproxima en el ranking, debido a que ocupa el puesto número 18 entre todos los países evaluados. No se considera que estos países se encuentren tan desiguales; debido a que, pese a la mala estructuración de la economía de dichos países, cuentan con un equilibrio asociado al hecho, de que en sus regiones; a diferencia de otras, su población juvenil emprendedora es relativamente alta.

De otro modo, Suárez (2014) en su ensayo: *Emprendimiento Innovador en Colombia*, afirma que en dicho país: "...ha venido experimentando un incremento en los niveles de generación de nuevas empresas, producto de emprendimientos individuales, sin embargo, dicho incremento no se ve reflejado en el incremento del crecimiento económico" (p.2).

No obstante, a pesar de dichos discernimientos políticos o estructurales, Colombia tiene cifras positivas, en las que se toman como referencia las del Global Entrepreneurship Monitor (en adelante, GEM por su sigla en inglés); puesto que se trata del proceso de investigación académica más amplio que se realiza a nivel mundial, para comprender la relación que existe entre la actividad emprendedora (entrepreneurship) y el desarrollo económico nacional (Amorós, 2011; Kelley, Singer y Herrington, 2016).

Proyecto que se viene realizando desde el año 1999, surgido de la iniciativa de Babson College y London Business School. De esta manera, Colombia se articuló en el año 2006 a dicho proceso investigativo, con el fin de conocer cómo se encontraba el país en cuanto al tema de emprendimiento. En el reporte para el año 2015-2016, los datos fueron positivos según la TEA (Tasa de Actividad Emprendedora), puesto que Colombia ha presentado niveles entre el 20% y 25%, durante los últimos 10 años en que se ha realizado este estudio (2006-2015); excepto en el año 2014, cuyo resultado fue de 18,6%. Tales cifras dan reflejos acerca de lo favorable que resulta para la visión de Colombia; en tanto que la actividad emprendedora, aunque no haya obtenido puntuaciones tan altas; se ha mantenido al margen de diferentes países, en las que se ubica a Colombia entre los ocho lugares a nivel mundial, se sitúa, por debajo de Chile y Ecuador, ocupando el tercer lugar de los países vecinos.

Para Norte de Santander, el emprendimiento no ha sido un panorama nada fácil, puesto que la migración de venezolanos en los últimos años, ha generado un horizonte de incertidumbre para los habitantes de la región; sin embargo, el gobierno nacional colombiano ha tratado de minimizar esta brecha que se ha generado por culpa de la migración excesiva; como es el desempleo y, en consecuencia, el empleo informal, a través del fomento de estrategias que impulsan el emprendimiento de la región. Es así como iNNpulsa Colombia, entidad adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), ha abierto diferentes convocatorias para la ciudad, como la ruta de los héroes, el gran desafío naranja y el programa Aldea.

Según el Proyecto Educativo del Programa de Administración de Empresas PEP 2014 – 2020 de la Universidad de Pamplona, se le ha dado gran importancia al emprendimiento, de tal manera cabe resaltar la Incubadora de Empresas de la Universidad, siendo este un espacio propicio que se les brinda a los estudiantes para fomentar sus ideas de emprendimiento, sirviendo a su vez como beneficio para la financiación de sus ideas de negocio.

Dada la importancia que tiene el emprendimiento en la actualidad, surge la necesidad de investigar las tendencias emprendedoras que tienen los estudiantes de Administración de Empresas de tal manera que permita identificar sus características emprendedoras y su percepción; es decir, hacia qué factores se inclinan al momento de emprender una idea y del modo contrario, qué causas han impedido, el que puedan desenvolverse en la sociedad como jóvenes promotores y generadores de ideas emprendedoras, esto con el fin de que los estudiantes desarrollen una cultura de emprendimiento donde consoliden sus ideas de negocio llevándolas a cabo para que no busquen empleo, si no que generen empleo por medio de creación de empresas.

1.3 Formulación de la investigación

¿Cuáles serán las tendencias emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona?

1.3.1 Sistematización

¿Cuáles serán las características emprendedoras en los estudiantes del programa de Administración de Empresas?

¿Cuáles serán las barreras del emprendimiento en los estudiantes del programa de Administración de Empresas?

¿Cuáles serán las percepciones emprendedoras tienen los estudiantes del programa de Administración de Empresas?

¿Cuáles serán los factores que caracterizan las tendencias emprendedoras en los estudiantes del programa de Administración de Empresas?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo General

Analizar las tendencias emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona.

1.4.2 Objetivo Específicos

Identificar las características emprendedoras en los estudiantes del programa Administración de Empresas.

Determinar las barreras del emprendimiento en los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

Valorar la percepción del perfil emprendedor que tienen los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

Determinar los factores que caracterizan las tendencias emprendedoras en los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

1.4 Justificación de la investigación

La palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* (pionero), siendo utilizada inicialmente para referirse a estos aventureros como Colón que se venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar; hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre, lo que caracteriza al emprendedor. Posteriormente, se utilizó el término para identificar a quien comenzaba una empresa y ligado a los empresarios innovadores (Castillo, 1999). Así mismo, el emprendimiento es un proceso de formación que permite promover y desarrollar nuevos retos, proyectos, capacidades y logros.

Con referencia a lo antes expuesto, esta investigación, tendrá como aportes los siguientes: a *nivel teórico*, se busca ampliar conocimientos acerca de la variable emprendimiento que han tenido a través del tiempo, los estudiantes del programa de Administración de Empresas; lo que puede distinguir un mejor campo de acción hacia las vías de apoyo y progreso regional en dicha materia. Así mismo, se tendrá un acercamiento desde *la práctica*, ya que se beneficiarán los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona. Puesto que se identificarán las tendencias emprendedoras que poseen los mismos.

Igualmente, esta investigación desde la perspectiva *social*, contribuye en el perfil profesional y personal de los estudiantes, mediante la posibilidad de generar desarrollo social y económico a través del empleo, esto mediante el estímulo de creación de más empresas. Además, constituye una salida ante las limitaciones de obtener el primer empleo en el país. Por último, desde *lo metodológico*, ya que esta investigación arroja un instrumento que queda al servicio de comunidad académica y científica para su uso.

1.5 Delimitación y alcances

1.6.1 Temática

La temática trabajada en esta investigación corresponde al análisis de las tendencias emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, así mismo el estudio se complementa con las asignaturas de estadística, psicología, metodología de la investigación, desarrollo del espíritu emprendedor, historia empresarial colombiana, habilidades gerenciales, gerencia de MiPymes, legislación laboral, comportamiento del consumidor, fundamentos de mercadeo, consultorio empresarial y gestión de proyectos.

1.6.2 Espacial

La investigación se realizó en la ciudad de Pamplona, Norte de Santander, tomando como objeto de estudio los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, sede principal.

1.6.3 Temporal

La investigación se realizó en un periodo académico, durante el año 2019.

Capítulo II

2. Marco de referencia

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

Krauss (2011), realizó una investigación a la cual denominó: *Actitudes Emprendedoras de los Estudiantes: el Caso de la Universidad Católica del Uruguay (UCU)*; cuyo estudio parte del análisis de la figura del emprendedor desde diferentes enfoques; especialmente, desde las actitudes emprendedoras definidas como: necesidad de logro, autoestima, innovación, control interno percibido y asunción de riesgo; así como otros factores, que apoyan el desarrollo de perfiles emprendedores.

Se trató de una investigación cuantitativa, en la que se aplicaron entrevistas, con el fin de conocer las razones de la variación de las actitudes y se propusieron diferentes formas de incentivar el emprendimiento en la universidad. Se tomó como base el diseño del cuestionario de Ibañez (2001), cuya parte central se fundamenta en la Escala de Orientación de Actitud Emprendedora (siglas en inglés EAO), desarrollada en Estados Unidos. Fue un estudio longitudinal, puesto que se analizaron a los mismos estudiantes durante un periodo de tres años, para conocer su evolución y longitudinal, debido a que se valoraron a los que estaban en el mismo año en diferentes carreras.

Se empleó como metodologías, el análisis factorial, diferencias de las medias poblacionales, análisis de varianza, análisis de componentes principales y análisis de correspondencias múltiples; y como forma de obtener una medida más objetiva, se analizó la puntuación total obtenida en el test Actitud Emprendedora Global (AEG).

El resultado que se obtiene, es la disminución de las actitudes emprendedoras y se proponen diferentes acciones sobre la base de que la única forma en que se puede desarrollar el emprendimiento, es aprender haciendo y aprender emprendiendo. Para formar emprendedores, hay que incrementar las actitudes emprendedoras, desarrollar la inteligencia emocional y educar por competencias. Su relación con la investigación en desarrollo se corresponde con el hecho, de se puede vislumbrar actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios desde diferentes perspectivas o enfoques; y así ampliar, las posibilidades estratégicas para el desarrollo de los perfiles emprendedores.

Arnaiz, Pizarro, Castellanos y González (2014), en su investigación: *La Cultura Organizacional y Emprendedora en los Centros Educativos*, efectuada en la Universidad Viña del Mar, Chile, se realizó una breve actualización acerca de la cultura organizacional y de la cultura del emprendimiento; así como, su impacto en los centros educativos, debido a la presunción de que los modelos instruccionales relacionados con la cultura emprendedora han sido desarrollados ampliamente en contextos empresariales, pero de forma escasa en organizaciones educativas.

En los resultados de la investigación se plantea, la necesidad de introducir estos modelos en las organizaciones educativas; por lo que se recoge información sobre investigaciones y experiencias desarrolladas en este intento. Asimismo, se postula la necesidad

de crear instrumentos de análisis de la cultura emprendedora en los centros educativos, que permitan ofrecer un diagnóstico de la situación y ofrezcan una guía para la intervención. También se enfatiza el desarrollo y potenciación de la cultura emprendedora, a través de la creación de programas o propuestas concretas para atender las nuevas tendencias en la educación.

Lo anterior, resulta de gran interés para el estudio a desarrollarse; en tanto que amplía precisa información acerca de la posibilidad de contemplar estrategias por medio de dichos programas o propuestas; a través de los cuales, se puedan ofrecer alternativas en la promoción o fomento del desarrollo de una cultura emprendedora; todo lo cual se relaciona, con el último de los objetivos específicos de la presente investigación.

2.1.2 Nacionales

Peraza (2010), realizó un *Estudio Prospectivo sobre los Centros de Emprendimiento en Colombia: tendencias, escenarios y estrategias en la generación de oportunidades laborales alternativas*. Dicha investigación efectuada en la Universidad del Rosario de la ciudad de Bogotá, Colombia, partió de la revisión teórica del concepto de emprendimiento y las características del emprendedor, logrando una aproximación conceptual al término. Se hizo también, una descripción del sector que se estudia; para delimitar el objeto de análisis y sus características.

Se aplicaron herramientas prospectivas, con la participación de expertos de diversas organizaciones, con el objetivo de identificar variables clave que afecten el desarrollo del sector y que posteriormente permitan plantear hipótesis con las cuales se diseñan escenarios de futuro.

Finalmente, se identificó el escenario apuesta del sistema, en el que se encaminaron los esfuerzos estratégicos y plantearon las acciones para alcanzarlo.

Como reflexiones finales se tiene la necesidad de hacer del emprendimiento, un eje de concentración de esfuerzos de naturaleza pública, que permita la consolidación de una cultura de emprendimiento en el país y contribuya en la generación de nuevas fuentes de empleo formal y de calidad. Falta un largo camino por recorrer en materia de construcción de emprendimientos de calidad en Colombia; en tanto que aún se considera como una solución de corto plazo, frente a las necesidades económicas. Ello dificulta, la consolidación de empresas con productos o servicios con base tecnológica, que le aporten a la innovación y competitividad del país.

El emprendimiento no se ha consolidado aún en el país como opción profesional, pues se asocia con el rebusque o se toma como opción secundaria frente a no conseguir un trabajo asalariado; por esta razón, no se están generando los emprendimientos de calidad que necesita el país, para aumentar los niveles de empleo formal, ni de iniciativas innovadoras y competitivas. Es responsabilidad de la academia y de las instituciones públicas, consolidar los esfuerzos para hacer del emprendimiento una opción de vida profesional y no un plan secundario.

Los programas de emprendimiento resultan de gran potencial, en términos de la creación de empresas perdurables y agrupan a los emprendedores por convicción, hacia un camino más profesional; en tanto que, con estrategias educativas de asesoramiento, acompañamiento y seguimiento, los programas de emprendimiento son una excelente oportunidad para los estudiantes; todo lo cual, facilitará en el desarrollo de la propuesta estratégica formulada para el presente estudio.

Fandiño y Bolívar (2009), en su investigación titulada: *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado*, de Bogotá, Colombia, en la que se analizan los factores que han predominado en dicho programa, para desarrollar características emprendedoras por medio de una encuesta elaborada, con el fin de buscar establecer las fortalezas y debilidades; que según los estudiantes del programa, deberían ser reforzadas o mejoradas; al mismo tiempo que se empieza un seguimiento a dichos estudiantes, quienes crearon una empresa como proyecto de grado.

De los resultados obtenidos de la encuesta, se determinaron aquellos factores clave para el éxito empresarial; para lo cual se tomó en cuenta, el número de empresas que fueron legalmente constituidas y que se encuentran en funcionamiento; así como, de la construcción de una mentalidad emprendedora, a partir del proyecto de grado. Por último, se estudiaron tres casos de empresas nuevas y exitosas que van creciendo en el mercado y se realizó un benchmarking del manejo del emprendimiento en diferentes universidades prestigiosas alrededor del mundo. El estudio arrojó resultados positivos, ya que dicha universidad tiene una línea de emprendimiento que beneficia a los estudiantes y egresados, para tener una mentalidad empresarial y espíritu emprendedor.

La investigación mencionada, precisa un acercamiento con respecto a la realidad vivida en Colombia, conforme al impacto que sobre el emprendimiento empresarial han obtenido los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, lo que facilitaría ampliamente una comparación más correlacionada con los resultados o hallazgos se puedan alcanzarse en los estudiantes universitarios de Pamplona.

2.1.3 Regionales

Correa (2007) en su trabajo de grado titulado: *Programa y plan de comunicaciones de la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona “Incubadora Pamplona”*. Define la incubadora de empresas como “una entidad sin ánimo de lucro dedicada al fomento de iniciativas empresariales y a la promoción de ambientes favorables que faciliten el desarrollo de la cultura del emprendimiento, la consolidación de planes de negocios y el desarrollo socio económico de la comunidad.” Así mismo propone fomentar y consolidar acciones y canales de comunicación en la Incubadora Pamplona, que promuevan la cohesión del equipo de trabajo y facilite las acciones y los procesos de la toma de decisiones realizadas en la entidad.

Para la ejecución del programa fue necesario la participación del personal que integra la Incubadora Pamplona, en el proceso inicial de observación de campo, se analizaron las propuestas y las acciones comunicacionales ejecutadas en la Incubadora Pamplona, donde evidencio que algunas de las acciones planteadas no fueron desarrolladas en su totalidad. Así mismo las acciones comunicativas desarrolladas en la Incubadora Pamplona por Correa están dadas en: Elaboración de la planeación estratégica y de los componentes organizacionales de la Incubadora pamplona, Diseño del logotipo de la Incubadora Pamplona, Ejecución de acciones de comunicación para el patrocinio del Concurso Comprender, Evento de reinauguración de la Incubadora Pamplona, Logística de comunicaciones de eventos, Gestión y diseño del sub-portal de la Incubadora Pamplona.

La presente investigación fue diseñada de manera descriptiva, cuantitativa, donde por medio de una entrevista establecida se identificaron diversos factores que fueron clave para establecer la situación actual de la entidad, así mismo se desarrolló una encuesta arrojando resultados que lograron establecer como se encuentra la Incubadora de Empresas para las personas externas, un dato que se evidencio es que el 60% de la población no conoce que es la entidad debido a esto fue posible determinar el deficiente nivel de posicionamiento de la imagen corporativa de la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona.

Dados los resultados se logró concluir con el Programa y plan de comunicaciones de la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona donde por medio de diferentes estrategias se buscó generar un mayor posicionamiento de la entidad, a fin de mejorar la imagen corporativa de esta.

Castillo Matiz (2017) en su investigación denominada: *Emprendimiento e incubación empresarial en el programa de Administración de empresas, sede Pamplona, Universidad de Pamplona*, planteo como propósito caracterizar los servicios de la Incubadora de Empresas de igual manera caracterizar el perfil al estudiante empresario de la Universidad de Pamplona, asumiendo con relevancia aportar al programa de Administración de Empresas información y herramientas que permitan mejorar el currículo, los contenidos temáticos y para apoyar mejor los procesos académicos de sus estudiantes, al igual que reestructurar y adecuar el plan de mejoramiento a las necesidades del estudiante y emprendedor.

El tipo de investigación empleado en el proyecto es de alcance cuantitativo, descriptivo dado que permite indagar a la población mediante una encuesta la cual proporcionara resultados sobre las características primordiales del estudiante empresario. Para la investigación se

determinó una población de 302 estudiantes del programa de Administración de Empresas y la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, sede principal de la ciudad de Pamplona. Así mismo y aplicando la muestra probabilística se obtuvo un resultado de 83 encuestas.

De tal manera por medio de la herramienta de recolección de datos aplicada para la investigación donde finalmente Castillo determinó 85 encuestas tomadas a los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, evidenció que son muy pocos los estudiantes empresarios que existen actualmente puesto que de 85 encuestas aplicadas tan solo el 13% son estudiantes empresarios y de los 304 estudiantes de programa, que asistieron a las campañas de sensibilización por parte la incubadora solo se vincularon aproximadamente 13 estudiantes emprendedores.

Planteo algunas estrategias como: 1. Crear y establecer un premio y reconocimiento interno que vaya dirigido al docente que mejor instruya e incentive al estudiante a ser empresario. 2. Realizar una presentación de incubadora donde se pueda demostrar y dar a conocer los proyectos han sido viables y puestos en marcha realizados por parte del estudiante empresario del programa de Administración de Empresas y la Incubadora, así mismo planteó 5 estrategias más que van ligadas en mejorar la calidad de los estudiantes y a su vez fortalecer la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, por medio de las diferentes estrategias determinadas en la investigación denominada *Emprendimiento e incubación empresarial en el programa de Administración de empresas, sede Pamplona, Universidad de Pamplona*.

2.2 Marco teórico

Tendencias Emprendedoras: Según el libro de John J. Murphy (1986) denominado: *Análisis técnico de los mercados financieros*, una tendencia es simplemente la dirección del mercado, en qué dirección se está moviendo. Los mercados para ir de un punto a otro, rara vez siguen la línea más corta entre dos puntos, sino que van oscilando de arriba y abajo, haciendo un zigzag, haciendo picos y valles durante el proceso. Salgado (2019) define las tendencias, como aquel proceso de cambio en los grupos humanos que da lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento; y, por ende, a nuevos productos y servicios.

Emprendimiento: (Gerencie 2017), es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado.

Emprendimiento: Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. (Congreso de Colombia 2006)

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida ésta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. (Congreso de Colombia 2006).

Emprendimiento: definición y características: Diversos autores como Grebel, Pyka y Hanusch (2003), Filion (2003) y Kruger (2004), consideran que el concepto de emprendimiento tiene su origen en Francia; donde se denominaba como “entrepreneurs”, a las

personas que llevaban a cabo actividades importantes para el reino (conquistas, acciones militares, etc.). Según Raffino (2919), significa pionero y se refiere etimológicamente, a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto.

Pereira (2003); define que el emprendedor es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla. Gartner (1985) por su parte propone como elementos para el estudio del espíritu emprendedor los siguientes: (a) el entorno; (b) las características del individuo; (c) el proceso, y (d) la organización creada. Ahora bien, entre los autores más influyentes que han estudiado la dimensión del emprendedor, se encuentra De Vries (1977), quien identifica al emprendedor a partir de los roles que cumple al concebir e implementar la idea: (a) innovación; (b) administración o coordinación, y (c) toma de riesgos.

Según De Vries (1977), la diferencia en el rol de administración no es suficiente para diferenciar entre el emprendedor y el administrador. Esta posición no es compartida por Casson (1982), Baumol (1968) y Kirzner (1973), quienes consideran al administrador como un tomador de decisiones pasivo y calculador, que reacciona mecánicamente ante los cambios del entorno. Ahora bien, para completar la concepción de emprendedor propuesta por De Vries (1977), se hace necesario adicionar, la dimensión de la toma de riesgo; en tanto que el emprendedor no solo arriesga su capital económico, sino también su imagen social y los costos psicológicos asociados con el fracaso. Curto (2012) señala, que para Drucker empezar un negocio, no es condición necesaria ni suficiente para ser emprendedor; y para Gregory Dees (1998), los emprendedores no tienen por qué ser necesariamente inventores, sino que

simplemente tienen que adoptar una visión creativa a la hora de poner en práctica invenciones de otros.

Este último autor toma prestadas ideas de Schumpeter, Stevenson, Say y Drucker, para identificar cuatro aspectos diferenciadores del emprendimiento: (a) *destrucción creativa*: según Schumpeter, la generación de productos o servicios innovadores destruye los que estaban previamente en el mercado; (b) *creación de valor*: según Say, el emprendedor traspassa recursos económicos de un área de baja productividad a una de alta productividad y mayor rendimiento; (c) *identificación de oportunidades*: para Drucker, un emprendedor no genera cambio, sino que explota las oportunidades que el cambio brinda; e (d) *ingenio*: Stevenson destaca la capacidad de los emprendedores; no solo de aprovechar oportunidades, sino también de afrontar los retos que conlleva la falta de recursos para llevarlas a cabo.

García y Bòria (2006), son de la apreciación de que algunas características son adquiribles, aunque el aprendizaje de otras resulta inviable. Entre las principales características se tienen: (a) capacidad de adquirir recursos y combinarlos de la mejor manera posible para el éxito del proyecto; (b) limitación de los riesgos adquiridos, mediante continuos análisis de viabilidad y aplicación de técnicas de gestión; (c) desarrollo de la capacidad de innovar para así poder tener ventajas competitivas; (d) perspectiva y capacidad de crecimiento y cambios basados en un profundo y dinámico conocimiento del mercado; (e) capacidad de trabajo muy elevado; (f) capacidad de relaciones personales.

Por otro lado, Gómez, Galiana y León (2002), argumentan que entre los requisitos propios de un buen emprendedor están aquellos referidos a: (a) *conocimientos técnicos*, relacionada con la formación necesaria para poder crear y dirigir una determinada empresa; (b)

habilidades personales, donde fluya la creatividad, iniciativa, realismo, aceptación de críticas, capacidad negociadora, energía, autoconfianza, motivación y liderazgo; (c) *capacidad de respuesta*; es decir, saber aprovechar oportunidades, solucionar problemas y tomar decisiones. Claro está, que, para ello, las motivaciones pueden ser variadas: desde aprovechar una idea nueva y ponerla en práctica; a través del cual, se pase por un deseo de prosperar y de ser independiente, hasta alcanzar el autoempleo.

De modo tal, que emprender consiste en crear un valor futuro, no actual. Es desarrollar bienes o servicios innovadores, mejorar los procesos y las organizaciones que los proveen y altera el orden establecido; a través del cual, se generan mejores alternativas. El emprendedor asume el riesgo del pionero, riesgos a nivel personal, se compromete, comete errores, es perseverante, tiene vocación de servicio; así como, actitud y aptitud emprendedora. Para García y Bòria (2006), entre sus primeras cualidades está, el: "...saber detectar la existencia de necesidades o deseos insatisfechos en un segmento de mercado y la virtud inmediata siguiente es saber atender a esa demanda insatisfecha proveyéndola de los bienes o servicios que necesita o desea en adecuadas condiciones" (p.24).

Para lograrlo, ha de proveerse de conocimientos avanzados y de ser posible estar en boga con la tecnología de punta; de modo que, con ello, se le facilite el desarrollo de capacidades para percibir oportunidades de negocios que otros no ven; en tanto que se corresponde con una de las características necesarias de todo emprendedor, que debe darse dentro de un marco de complejidad, competitividad y dinamismo; mientras que el entusiasmo, la ilusión y la confianza, harán el resto.

Según Romero (2016), el emprendedor tiene ciertas características que lo diferencian de las demás personas y que le sirven para poder alcanzar sus objetivos. Conforme infiere esta autora, no se ha logrado establecer si estas características personales son innatas, heredadas o si se adquieren en el proceso de desarrollo desde la infancia (comportamiento y actitudes de los padres, la educación y/o la sociedad); por lo que se sugiere, que las personas emprendedoras dependen de las características emprendedoras de los padres y estas pueden ser transmitidas genéticamente; en especial a las hijas, quienes serían más propensas a gestionar sus propios empleos que los hijos varones (Casero y Cullell, 2013). Por otra parte, Romero (2016) señala, que existen muchas características que hacen que el emprendedor alcance el éxito, aunque las diez principales suelen ser:

1) *Creatividad*, capacidad de producir nuevas cosas y resolver problemas de manera diferente. Se corresponde a un proceso mental, que le permite al emprendedor tomar acciones para convertir los hechos en oportunidades, de manera única, que sea diferente pero determinadamente; es decir, que sirva su desempeño, reinventándose cada día.

2) *Liderazgo*, capacidad para influir en los demás, incentivando y motivando a un equipo de trabajo para llegar alcanzar un objetivo o una meta. Debe estar preparado para poder reconocer las necesidades de desarrollo y planificar acciones, a fin de lograr los objetivos planteados, anticiparse a los problemas y resolverlos conforme se presenten. Además, tener la capacidad para comunicarse eficazmente y ser capaz de trabajar en equipo para alcanzar las metas.

3) *Innovación*, siendo necesario para el emprendedor, el crear una ventaja competitiva de su producto o servicio que permita diferenciarlo de los demás; por lo que debe estar

preparado, para hacer esa diferencia en los productos y servicios que brinda, haciéndole único para los consumidores. Es así, que el emprendedor debe estar preparado para ofrecer nuevas formas de llegar al público y ofrecer cosas nuevas, para mantener latente su interés y de esa manera mantenerlo fidelizado.

4) *Asumir riesgos*, sentirse preparado para tomar decisiones con una actitud positiva, que le permita levantarse ante los errores y volver a empezar nuevamente con nuevas ideas y estrategias; para así alcanzar sus metas; resolviendo de manera efectiva y eficiente, los acontecimientos que se susciten de su proyecto en práctica o de sus planes de acción. Tomar riesgos, es una capacidad inherente al emprendedor, siendo esta una forma de ganar; y aunque las cosas no salgan del todo bien, los emprendedores aun así ganan (Alcaraz, 2011).

5) *Proactividad*, es necesario que la persona emprendedora no tenga conductas reactivas; debido a que, ante problemas, puede tomar decisiones que le afecten de manera considerable; por tanto, ser proactivo hace que tenga la iniciativa y decidir qué hacer para que su negocio pueda superar las dificultades de la mejor manera, sacando provecho de los resultados óptimos o adversos que aparecen producto de emprender nuevos retos.

6) *Eficacia*, cualidad que permite al emprendedor, lograr los objetivos propuestos por la seguridad que adquiere cuando toma en cuenta todos los factores que están alrededor de una decisión tomada; de manera que haga uso de sus talentos y así lograr, aquello que se propone en la empresa que está emprendiendo y resolver los problemas que se presenten.

7) *Tolerancia*, aunque en ocasiones sus colaboradores fallan, las personas emprendedoras deben desarrollar habilidades para controlarse y responder adecuadamente,

logrando motivar y no desanimar a las personas que lo acompañan en el proyecto. Un concepto a tomar en cuenta es la tolerancia a la frustración, porque implica la capacidad de controlarse y fortalecerse de los resultados no esperados, por negativos que estos sean.

8) *Perseverancia*, constancia que los emprendedores le ponen a todo aquello que anhelan conseguir. Su importancia implica, la fuerza que le permitirá para trabajar día a día y así alcanzar sus objetivos, a pesar de las circunstancias internas o externas; así como, situaciones problemáticas que se le presenten en la realización de sus tareas.

9) *Trabajo en equipo*, a la hora de emprender, es importante el trabajo en equipo de manera organizada, haciendo uso de las habilidades y cualidades de cada integrante del grupo, para poder alcanzar una meta. Cuando los miembros que acompañan al profesional en la empresa que está emprendiendo, cada uno (de forma interdependiente) va sumando con sus conocimientos y experiencias, haciendo suyos los objetivos, imprimiendo entusiasmo y compromiso con el desarrollo del proyecto.

10) *Autoconfianza*, esta es una de las capacidades más importantes en el profesional emprendedor, puesto que le permite creer en sí mismo y en sus habilidades para lograr sus metas; de tal manera, que pueda poner en marcha el proyecto utilizar todos sus recursos personales que con las características anteriormente mencionadas se complementan.

Competencias emprendedoras: Al referirse a las competencias emprendedoras, según Romero (2016), el concepto se asocia con hacer empresa y a las cualidades necesarias para colocarse a la vanguardia de los mercados locales, nacionales e internacionales. Para ello, se

necesita que los profesionales estén preparados en cuanto a sus conocimientos, intereses y atributos personales que son parte de la competencia laboral.

Competencias emprendedoras: Según Delgado (2017), las competencias emprendedoras son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que le permiten a la persona, canalizar sus ideas e intereses en el marco de las tendencias cambiantes del entorno, basado en los conocimientos adquiridos, con el fin de formular proyectos que contribuyan a su propio desarrollo y al del entorno; teniendo en cuenta, los criterios de relevancia y viabilidad.

Barreras del emprendimiento: Las barreras de emprendimiento, según Herrera (2015), son obstáculos de diversas naturalezas que se encuentran al momento de empezar un negocio o poner en práctica una idea; es decir, que conspiran contra una nueva empresa en su ingreso a un mercado. Según este autor, existen diferentes tipos de barreras dependiendo de la actividad que se vaya a realizar; entre ellas se tienen:

a) *Barreras de entrada;* que resultan las principales y se corresponde a un término que resulta frecuente en los negocios, para denominar a los obstáculos que pueden existir para ingresar a un sector de actividad o cuando una persona o empresa desea ingresar a un mercado. En este tipo de barrera, la más conocida es la *barrera económica* o importe de la inversión; en ella, el dinero necesario para entrar en un mercado es muy variable según los sectores; puesto que, en algunos, hace falta una inversión multimillonaria en infraestructuras, como: energía, red de telecomunicaciones. En otros, el presupuesto en publicidad es clave para existir en el mercado (productos de consumo masivo). Otros sectores viven sumidos en guerras de precios, que solo permiten a los más grandes sobrevivir por las economías de escala. En áreas

tecnológicas, la inversión en investigación y desarrollo requerida es inmensa para seguir el paso de los competidores.

Otro tipo de obstáculos de entrada, son las *barreras legales*. A menudo, para poder competir en un mercado, hace falta cumplir criterios muy estrictos; en los que a veces se requiere de una licencia de la administración, que solo unos pocos obtienen. En ciertos casos, los requisitos legales son tan específicos, que muy pocos los pueden cumplir. También se incluyen entre estas últimas barreras, todo lo relacionado al tema de patentes y propiedad intelectual. Si el competidor ha registrado una cierta forma de hacer las cosas, un proceso, hará falta plantear nuestra propuesta de una forma radicalmente diferente, si se quiere entrar en este mercado. Ahora bien, dentro de los aspectos legales están, el respeto de las distintas normativas, desde la protección del medioambiente hasta las reglamentaciones fiscales, pasando por el derecho al trabajo.

Además, el mencionado autor adiciona las *barreras éticas y de imagen*; en tanto que afirma, que si se llegara a disponer del dinero suficiente y se cumple formalmente con la Ley; puede darse el caso de que existan este otro tipo de barreras, que pueden frenar la implantación de un negocio; o incluso, su retirada. Así, por ejemplo, una empresa tecnológica con intención de diversificarse en la venta de armas, probablemente mediría primero el impacto en imagen, de su diversificación. Lo mismo pasaría con una empresa con posibilidades de hacer negocios con un régimen totalitario.

b) *Barreras de salida*, como ejemplo se tienen a esas empresas que quisieran deslocalizar su producción a países más baratos, pero renuncian por el impacto en imagen en su mercado de origen.

Por otra parte, Cervantes (2015) señala de igual forma, que existen otro tipo de barreras; tanto internas (de la estructura de la empresa misma) como externas (de las variables del entorno que influyen en la organización) a las que se enfrentan los emprendedores; siendo ambas, muy importantes. Para ello, realizó un análisis con el fin de identificar las partes del proceso de emprendimiento en donde se presentan tales barreras.

Generalmente, dichas barreras se presentan a la hora de elaborar y ejecutar un plan. Frente a este tópico, Kantis y Otros (2002) buscaron identificar las principales problemáticas percibidas por emprendedores argentinos; discriminándolos de acuerdo a su nivel de formación, como emprendedores de Base Universitaria (EBU) y emprendedores no Universitarios (ENU). En dicho estudio se encontró, que, sin importar los niveles de formación, los dos principales problemas a los que se enfrentan los nuevos empresarios, están relacionados al acceso a los mercados para obtener clientes y a la financiación de sus iniciativas empresariales.

Según afirma Cervantes (2015), en Colombia no es la excepción, aun siendo el tercer país más emprendedor de América Latina, con un 23,7% respecto a la TEA (Actividad Emprendedora Temprana) para el 2009 y establecido por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) como el principal investigador en temas de emprendimiento a nivel mundial (AméricaEconomía.com, 2014). En el mencionado país, también se encontraron los mismos obstáculos, puesto que es una constante en América Latina.

La barrera externa de financiación bancaria, llegar a ser la barrera más común y más predominante en todo proceso creativo de empresa debido a que el emprendedor busca

financiación o capital para dicha creación, pero ellos a su vez solo pueden financiarse a través de recursos limitados de sus fundadores. Esto se da porque las características de estas microempresas no cumplen con los requisitos planteados por el mercado financiero.

Espíritu emprendedor: De acuerdo a Bowen y Hisrich (1986) el espíritu emprendedor tiene que ver con el proceso de crear algo valioso dedicando tiempo y esfuerzo y asumiendo riesgos financieros, sociales y físicos, pero a la vez obteniendo como premios un resultado financiero positivo y una satisfacción personal.

Por otra parte, Virtanen (1997) señala que el espíritu emprendedor debe ser definido como un proceso dinámico creado y dirigido por un individuo (el emprendedor), en el que se lucha por desarrollar una innovación que genere nuevo valor en el mercado. El emprendedor aquí es una persona que tiene una mentalidad emprendedora con una fuerte necesidad de logro.

A su vez, Pickle y Abrahamson (1990) define al emprendedor como alguien que organiza y dirige el emprendimiento, asumiendo el riesgo y esperando una potencial ganancia. Además, mencionan que el emprendedor evalúa la oportunidad percibida y lucha para tomar las decisiones que permitan que la nueva empresa alcance un crecimiento sostenido.

Otros investigadores prefieren volver a los orígenes del término, el cual proviene del vocablo francés “entreprendre”, cuya traducción podría ser “forjador”. Por lo tanto, el emprendedor es un “forjador”, alguien que “hace que las cosas sucedan”. Como resultado de ello, él o ella perturba el status quo y por lo tanto también es considerado como un agente de cambio.

En esta línea Timmons (1989) realiza la siguiente definición: “el espíritu emprendedor es la habilidad de crear y construir algo prácticamente de la nada. Es empezar, forjar, lograr y construir una empresa o una organización en vez de simplemente imaginarla o describirla. Es la capacidad para visualizar una oportunidad donde otros ven caos, contradicción y confusión.

Emprendedor, Empresario o Espíritu Empresarial: Los rasgos de los empresarios expresados en la literatura son numerosos y variados, incluyen atributos como la anticipación, la imaginación, la inteligencia, la capacidad de decisión, capacidad organizativa y toma de riesgos.

Entre las características de los emprendedores se señalan orientación al futuro, necesidad de realización, deseo de independencia, seguridad; sin embargo, en la literatura existen diferentes concepciones: Ruiz Bolívar (2000), menciona como aspectos resaltantes la necesidad que tiene el empresario sobre el negocio, el campo empresarial y a las habilidades que se necesitan para concebir, planificar y desarrollar exitosamente su idea del negocio.

El Espíritu Empresarial está centrado en el desarrollo del individuo en los diferentes ambientes en el cual se desempeña, por lo cual requiere un esfuerzo conjunto de todas las organizaciones que participan en la formación y educación de los individuos. Así, de acuerdo a Varela (2001), el EE ofrece beneficios de desarrollo para el individuo, la empresa y la comunidad como un todo. Para el individuo ofrece independencia, control sobre la propia vida, creatividad, expresión personal, salud, confianza en sí mismo; en cuanto al empresario, el nuevo negocio es una oportunidad de poner en práctica sus conocimientos, inteligencia, creatividad, dedicación y persistencia, lo que redundará en comunidades con mayor

creatividad, toma de iniciativas y posibilidades de desarrollo, estas consideraciones exigen el desarrollo del EE como estrategia de crecimiento de nuestros países.

Desarrollo del Espíritu Empresarial en el mundo: La UCESI, en 1985, creó el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad con el propósito fundamental de motivar y formar a la comunidad bajo el área de influencia conducente a desarrollar en los egresados una cultura empresarial.

El Espíritu Empresarial constituye el resultado de las siguientes dimensiones que trabajan conjuntamente: programas bien diseñados con objetivos claros por los gobiernos; estrategias para su desarrollo en las diferentes instituciones educativas y empresariales, y una actitud cultural positiva.

En Europa se ha desarrollado el grupo operativo “Simplificación del entorno empresarial” (BEST), que establece líneas de acción en el G-8, con el fin de mejorar la competitividad de las empresas europeas y estimular el crecimiento y la creación de empleo. Para el desarrollo de una cultura y un Espíritu Empresarial en la Unión Europea se establece:

Contribuir a un nuevo enfoque en los ámbitos de la educación, la formación y el entorno del lugar de trabajo para determinar la forma en que se establece el Espíritu Empresarial y en que éste se encuentre integrado en la educación a los niveles escolar y universitario, así como para el estudio de nuevos sistemas de formación adaptados a las distintas calificaciones y necesidades locales (Best, 1999).

Iniciativa empresarial: La idea de la iniciativa empresarial es entendida como las actividades económicas realizadas por diversos actores, con la finalidad de introducir en el mercado un nuevo producto o un servicio que permita el desarrollo y crecimiento económico de la región (Audretsch, 2009).

Espíritu empresarial: Todas aquellas acciones que los emprendedores o empresarios toman para desarrollar o hacer crecer su negocio se consideran como espíritu empresarial (Ahmad, Ismail & Buchanan, 2013; Casson, 2010; De Bettignies & Brander, 2007; Heydari, Madani & Rostami, 2013; Karlsson & Warda, 2014; Keuschnigg & Nielsen, 2003; Suddle, Beugelsdijk & Wennekers, 2010). El espíritu empresarial cultiva un fuerte impacto en el desarrollo de la capacidad emprendedora, lo anterior surte efectos positivos en el capital y la producción económica, lo anterior a través de la creación de nuevas empresas (Liargovas & Repousis, 2013; Naudé, 2010; Qian & Haynes, 2013). Los problemas más frecuentes que se presentan en el desarrollo del espíritu empresarial son la obtención de capital inicial y el tratamiento de las normas para el registro de una nueva empresa. El espíritu empresarial y la búsqueda de trabajo sugieren que hay muchos posibles factores que influyen tanto en las aspiraciones empresariales como en las expectativas para cambiar de empleo (Hyytinen & Ilmakunnas, 2007). Es evidente que el espíritu empresarial en diversas ocasiones se produce cuando las personas que no tienen empleo buscan la forma de obtener recursos (Qian & Haynes, 2013).

Entonces, el fomento al espíritu empresarial es una herramienta poderosa que sirve para el desarrollo económico; por lo anterior, es prioritario que las personas con altas capacidades emprendedoras reciban el apoyo necesario que les permita convertirse en empresarios (Audretsch, 2009; Naudé, 2010). Por otra parte, el espíritu empresarial coadyuva en la

transformación del conocimiento en productos, servicios y tecnología, logrando con ello la reducción de la brecha entre los conocimientos que no generan riqueza y los que sí (Liargovas & Repousis, 2013).

De acuerdo con Hindle & Klyver (2007), el espíritu empresarial consta de tres fases: la primera es la etapa naciente que consiste en la búsqueda de la oportunidad, la segunda señala cuando el negocio ya lleva tres meses de sobrevivencia y la tercera ubica al joven con actividad empresarial que tiene la capacidad de que su negocio cumpla cuarenta y dos meses en operación. Es un hecho que las historias de emprendedores exitosos son un excelente vehículo para buscar la imitación de parte de otros jóvenes.

2.3 Marco conceptual

Palabras y conceptos claves para el desarrollo del trabajo

Tendencia: (Pérez & Ana, 2012), la tendencia es una corriente o preferencia hacia determinados fines.

Tendencia: (Real Academia Española) Propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines.

Perfil profesional: (Universidad de Sevilla 2015), es el conjunto de capacidades y competencias que posee una persona, que le permitirá asumir responsabilidades propias de una determinada profesión.

Empresario: Es la persona encargada de controlar y dirigir todo labor que se realiza en una empresa llevando a cumplir su objetivo.

Empresario: Según Bucardo, Saavedra y Camarena (2015, p, 99), empresario se le llama al titular, propietario o directivo de una industria, negocio o empresa. En términos simples, el concepto de empresario se refiere a quien aporta recursos para establecer una empresa y dirigirla. La realidad es que el concepto entraña una complejidad bastante más profunda de lo que pudiera parecer.

Idea de negocio: Es el bien o servicio se tiene destino para ofrecer a dicho mercado que satisfaga las necesidades de sus clientes.

Desarrollo social: De acuerdo con James Midgley (1995), el desarrollo social es “...un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico”. Transcurrido el tiempo, el desarrollo social conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios, principalmente. Implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso. En este proceso, es decisivo el papel del Estado como promotor y coordinador del mismo, con la activa participación de actores sociales, públicos y privados.

Desarrollo económico: Según los autores Gache & Otero (s.f.), la *mano invisible* del mercado hace que cada agente económico, al perseguir su propio interés, contribuya al interés general. Estas ideas, expuestas en los primeros capítulos de su obra, son las más conocidas y se siguen debatiendo en los actuales días. Pero Smith (Anónimo, s.f.), también argumentó a favor de la cooperación social, la educación, la justicia, la paz, la autoestima o la libertad para las colonias, entre otros temas.

Desarrollo psicológico: Retomando a Wittgenstein, el desarrollo psicológico consiste en incorporar al individuo a “una forma de vida”. Sin embargo, esta “construcción” social de la persona como individuo tiene que comprenderse a partir de una doble perspectiva (Ribes, 1996): la de los procesos psicológicos, universales para todos los individuos, y la de los requerimientos y circunstancias de la cultura, como medio social, específico para cada uno de ellos, que constituyen dos dimensiones sinérgicas, inseparables en el desarrollo psicológico. El desarrollo psicológico es el resultado de esta concurrencia entrelazada entre lo psicológico, como forma general de interacción, y lo cultural, como criterio específico de convivencia.

Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales. (Congreso de Colombia 2006)

Planes de negocio: Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. (Congreso de Colombia 2006)

Proyectos: Es la búsqueda de una solución inteligente tendiente a resolver necesidades humanas; por ello su formulación, su evaluación y las decisiones finales, se circunscriben a la medida y a las expectativas humanas. (Vaquiro 2006)

Jóvenes empresarios: Suelen ser gente competente, apasionada, que trabajan incansablemente, pero reconocen que tienen su debilidad en materia de innovación y por ende limitan su capacidad de desarrollo. (Portafolio 2017)

Plan de negocios: Es la capacidad, el compromiso y el esfuerzo de proporcionar los recursos necesarios para satisfacer las necesidades.

Incubadora de Empresas: (Grandes Pymes 2010), es un programa que tiene por objetivo facilitar el surgimiento de emprendimientos o negocios de base tradicional y/o tecnológica brindando asistencia para que las nuevas Empresas sobrevivan y crezcan durante su etapa de despegue, en la cual son más vulnerables.

2.4 Marco legal

El Gobierno Nacional ha tomado iniciativas de emprendimiento para los ciudadanos, bajo la concepción predominante de Idarraga (2019), quien alega que: “Comenzar con una empresa nueva es cuestión de actitud, de saber identificar necesidades, tener objetivos claros y elegir habilidades que permitan realizar un producto o servicio, que marque la diferencia en el mercado” (p.1). Este autor afirma, que existen diferentes ayudas por parte del gobierno para generar emprendimiento; lo cual se debe, a que el Gobierno ha entendido que, para combatir los déficits de empleo, es relevante que los ciudadanos tomen conciencia de que existen ayudas por parte de entes de control y de leyes que regulan dicha disposición. A tal efecto, el gobierno ha fomentado diferentes políticas para apoyar la creación de empresas; entre las que se presentan las más relevantes; tomado como referencia, la Normativa en Guía de Emprendimiento.

a) En la Constitución Política de Colombia (1991); principalmente en su artículo 38, referido a la *Libertad de Asociación* y a través del cual: “Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad” y en el artículo 158, sobre *Unidad de Materia*; así como el artículo 333, relacionado con la *Libertad Económica*, señala que: “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades”

b) Ley 344 de 1996, en la que se establecen las Normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones correspondientes a la Creación de Empresas. Su artículo 16 trata acerca del acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA); en el que se hace referencia, a los ingresos correspondientes a los aportantes sobre las nóminas tratados en el artículo 30 de la Ley 119 de 1994 (numeral cuarto), donde el 20% de dichos ingresos, son para el desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo.

c) Ley 550 de 1999; a través de la cual se establece un régimen que promueva y facilite la intervención económica para la reactivación empresarial y acuerdos de reestructuración de los entes territoriales y así asegurar, la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

d) Ley 789 de 2002; por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social. También se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo.

e) Ley 905 de 2004; por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. A través de la Ley 645 (Ley Mipyme) en su artículo 17, se creó el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, conocido como FomiPyme, como un sistema de manejo separado de cuentas del Banco de Comercio Exterior de Colombia S. A., Bancoldex. El Fondo tiene por objeto, aplicar

instrumentos financieros y no financieros, mediante cofinanciación no reembolsable de programas, proyectos y actividades para la innovación.

f) Ley 1014 de 2006; por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia.

g) Ley 1943 de 2018; por la cual se expiden normas de financiamiento para el establecimiento del equilibrio del presupuesto general y se dictan otras disposiciones que facilitan la creación y sostenibilidad de las empresas en Colombia, a través de un nuevo régimen tributario que reduce la carga de impuestos a los emprendedores y facilita el pago de obligaciones tributarias, a partir de la unificación de los impuestos con el tributo simple.

h) Decreto 934 de 2003; por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. A través del artículo 40 de la Ley 789 de 2002, se creó el Fondo Emprender FE, como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo es financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

i) Sentencia C-392 de 2007. La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 (Ley de Fomento al Emprendimiento). De acuerdo con esta Sentencia, las empresas que se creen a partir de la vigencia de dicha ley, que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 salarios mínimos, se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

j) Sentencia C-448 del 3 de mayo de 2005. Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión *con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda*, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004; por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000, sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las mipyme.

Tabla 1 Operacionalización de variables

Dimensiones	Sub-dimensiones	Indicador	Preguntas
Características Emprendedoras	Conocimientos técnicos	Formación profesional	1,2
		Dirección, Administración o Coordinación	3,4
	Habilidades personales	Creatividad	5,6
		Innovación	7,8
		Tolerancia	9,10
		Perseverancia	11,12
		Autoconfianza	13,14
		Asumir riesgos	15,16
		Liderazgo	17,18
		Proactividad	19,20
		Eficacia	21,22
		Trabajo en equipo	23,24
	Capacidad de respuesta	Aprovecha oportunidades	25,26
Solución de problemas		27,28	
Toma de decisiones		29,30	
Barreras del emprendimiento	Internas	Recursos económicos	31,32
		Cultura de emprendimiento	33,34
	Externas	Competencia	35,36
		Visión o perspectiva de otros	37,38
Percepción del perfil emprendedor	Espíritu emprendedor propio	Abrazar la innovación (idea de negocio)	39,40
		Definir bien los objetivos del negocio	41,42
	Espíritu emprendedor conforme al entorno social	Conocimiento del mercado	43,44
		Identificar oportunidades	45,46

Capítulo III

3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Según Tamayo y Tamayo M. (Pág. 46), en su libro el Proceso de Investigación Científica, hacen referencia a que la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”.

La presente investigación es de tipo descriptiva, dado a que busca conocer la realidad de los hechos por medio de la aplicación de un test denominado: Tendencias Emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, lo cual por medio de su población proporcionará resultados que permitan conocer las tendencias emprendedoras que tienen los estudiantes de dicho programa.

3.2 Diseño de la investigación

Para Arias (2012), define la investigación de campo como: “...aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna” (p.31).

El diseño de investigación se rige bajo un método de recolección de datos de tipo Cuantitativo, dado a que, por medio del Test aplicado a los estudiantes de Administración de Empresas, se busca obtener información de primera mano acerca de las características emprendedoras que los identifica, las barreras de emprendimiento que existen y a su vez la percepción que tienen los estudiantes acerca de emprender. De tal manera se realizó trabajo de campo, ya que por medio del Test se abordó directamente a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población universo

Arias (2012), considera la población en términos más precisos, como aquella población objetivo y lo define, como el: "...conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación" (p. 81).

La población para la presente investigación consiste en 291 estudiantes del programa de Administración de Empresas según cifras proporcionadas por la Oficina de Registro y Control Académico de la Universidad de Pamplona, siendo así este el total de estudiantes del programa de la carrera de Administración de Empresas de la modalidad presencial de la Universidad de Pamplona (Sede Principal), periodo 2019-II.

3.3.2 Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2006) la definen como aquel: “Subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población” (p. 236) y para Arias (2012): “...es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83)

En el presente estudio, está conformado por una muestra probabilística; tratándose de un estudio transeccional, donde todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos. Por tal motivo es conveniente el muestreo estratificado, con el fin de determinar la muestra de estudiantes que harán parte del estudio; para lo cual se tomaron solo los estudiantes de los dos primeros semestres; así como los de los dos últimos semestres del programa de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, correspondientes a 102 estudiantes, equivalentes a un 35% de la población total del estudio.

Cabe resaltar que se designaron estos dos tipos de grupos dada la diferencia que existe entre los mismos, debido a que por un lado los estudiantes de primer y segundo semestre, son estudiantes que hasta ahora están comenzando la carrera existiendo la posibilidad de que haya poco contacto con el emprendimiento, así mismo los estudiantes de octavo y noveno semestre porque son estudiantes que han tenido un mayor contacto con el emprendimiento y el entorno empresarial.

Tabla 2 Distribución Poblacional

	Cantidad de Estudiantes	%
Población o Universo	291	100%
Muestra de Estudiantes	102	35%
Muestra Estratificada	Cantidad de Estudiantes	% de la muestra
- Estudiantes de los dos primeros semestres	51	50%
- Estudiantes de los dos últimos semestres	51	50%
Total	102	100%

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección

Hurtado (2006) señala, que las técnicas e instrumentos de recolección se conforman en actividades que le permiten al investigador, obtener la información necesaria para dar respuesta a su(s) pregunta(s) de investigación. Para Arias (2012), es: "...una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema en particular" (p.72).

Para el presente trabajo, se utilizó un Test denominado: Tendencias Emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona. El cual se aplicó a los estudiantes de primer, segundo, octavo y noveno semestre, compuesta por preguntas cerradas, estructuradas con una escala de Likert, con cinco alternativas de respuestas: totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, desacuerdo y totalmente en desacuerdo, con una puntuación de 5 a 1, respectivamente. Así mismo, es importante resaltar que se tomó como referencia, el test para medir la Tendencia Emprendedora General (TEG) de Durhan University Business School (1988).

3.5 Presentación y análisis de la información

Una vez aplicadas las encuestas y de obtener la correspondiente información en el test; tendencias emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas, se realizó su respectiva tabulación, gráficos y análisis de los datos recolectados. Por lo cual se utilizó las hojas de cálculo del Programa o Software Microsoft Excel, a fin de proceder con la construcción de estos, para luego ser analizados y de esta manera obtener resultados que permitan generar conclusiones claras que contribuyan al desarrollo de la presente investigación.

3.6 Análisis de la información

Análisis del test a primeros semestres del programa de Administración de Empresas

Genero		
Femenino	30	59%
Masculino	21	41%
	51	100%

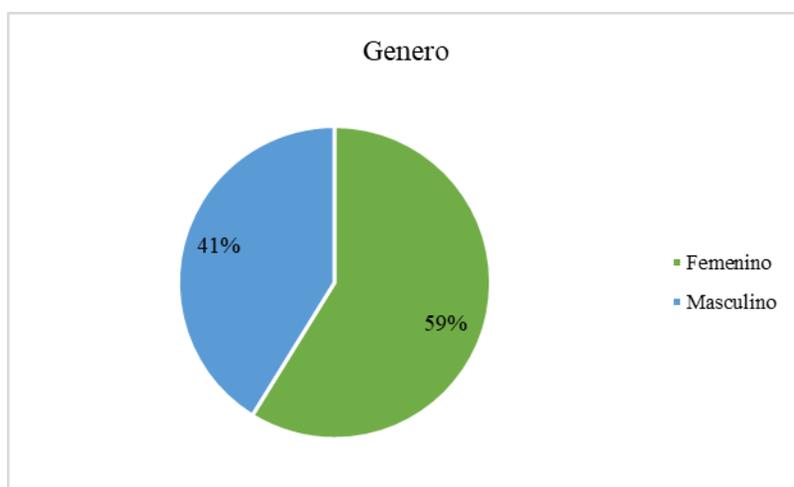


Figura 1 Porcentaje del género de los encuestados

Del total de los encuestados de los primeros semestres del programa de Administración de Empresas, el 59% son mujeres y el 41% son hombres.

Edad		
17 a 20 años	42	82%
21 a 25 años	8	16%
Más de 25 años	1	2%
	51	100%

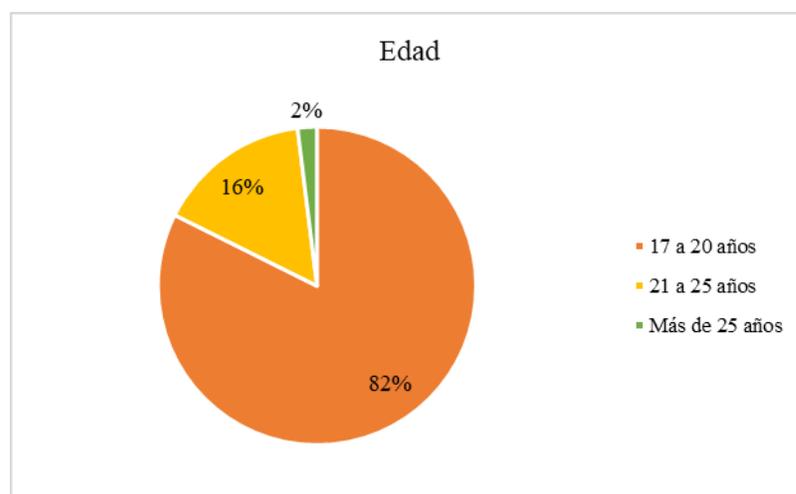


Figura 2 Porcentaje de edad

Como se observa en la gráfica el 82% de los encuestados se encuentran en un rango de edad entre los 17 a 20 años, el 16% en un rango de edad de 21 a 25 años y tan solo un 2% son mayores de 25 años.

Región de procedencia		
Región Amazonia	3	6%
Región Andina	24	47%
Región Caribe	6	12%
Región Orinoquia	18	35%
	51	100%

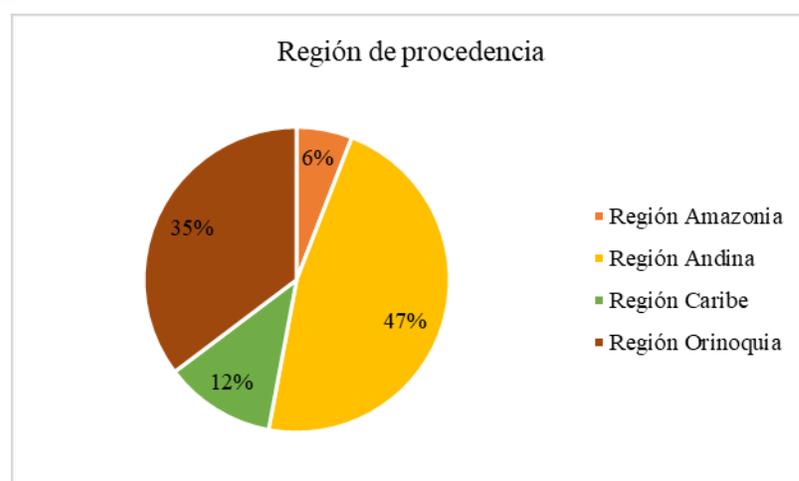


Figura 3 Porcentaje región de procedencia

El 47% de los encuestados pertenecen a la región Andina, seguidamente de la región Orinoquia con un 35%, la región Caribe con 12% y, por último, la región Amazonia con 6%.

Dimensión - características emprendedoras

Sub – dimensión conocimientos técnicos

Formación profesional

1. ¿Te consideras profesionalmente capacitado(a) en aquello que sabes hacer?		
Totalmente de acuerdo	12	24%
De acuerdo	30	59%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

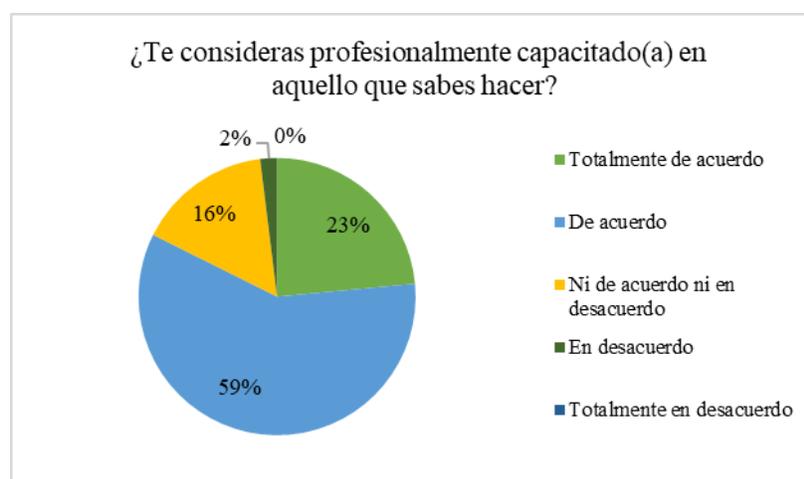


Figura 4 Porcentaje formación profesional

Del total de los encuestados el 59% está de acuerdo, un 23% está totalmente de acuerdo, un 16% consideran que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 2% en desacuerdo y ninguno en total desacuerdo.

2. ¿Te planteas recibir información de temas variados y pertinentes con visión a futuro?		
Totalmente de acuerdo	30	59%
De acuerdo	20	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

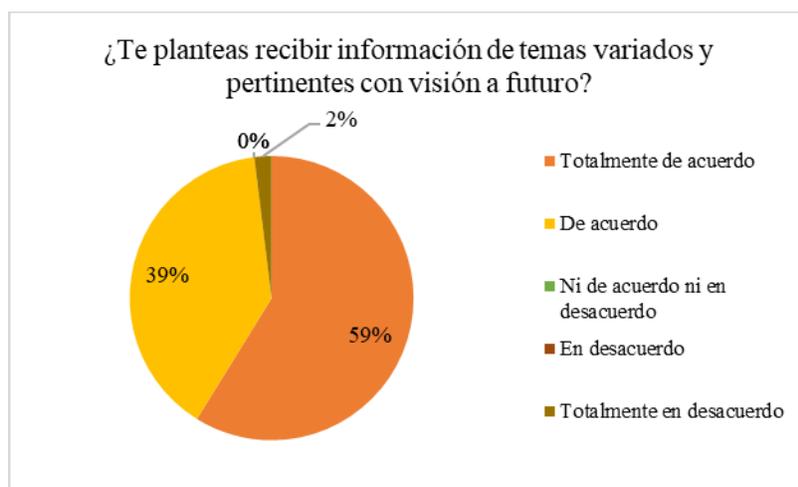


Figura 5 Porcentaje formación profesional

Como se observa en la gráfica el 59% está totalmente de acuerdo, el 39% de acuerdo puesto que se plantean recibir información de temas variados y pertinentes con visión a futuro y tan solo un 2% está totalmente en desacuerdo.

Dirección, administración o coordinación

3. ¿Te consideras con amplias capacidades para administrar tus propios recursos económicos?		
Totalmente de acuerdo	21	41%
De acuerdo	22	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

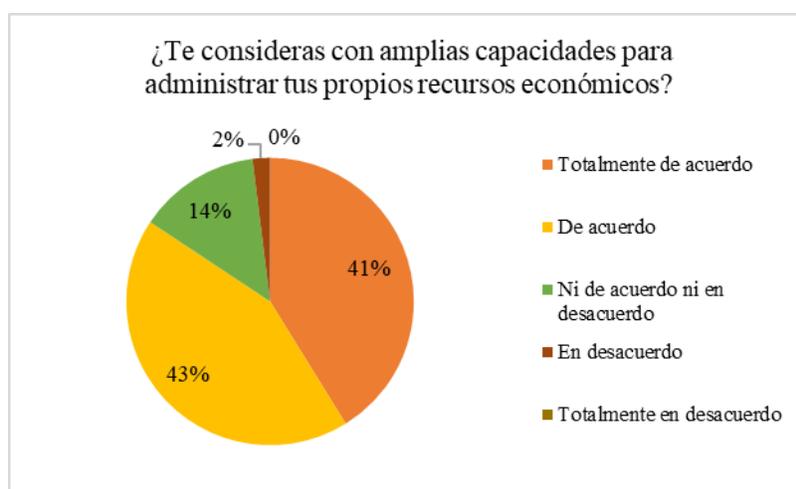


Figura 6 Porcentaje de dirección, administración o coordinación

El total de los encuestados considera que tiene amplias capacidades para administrar sus propios recursos económicos, ya que el 41% está totalmente de acuerdo, el 43% de acuerdo, el 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 2% en desacuerdo.

4. ¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	26	51%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	22%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

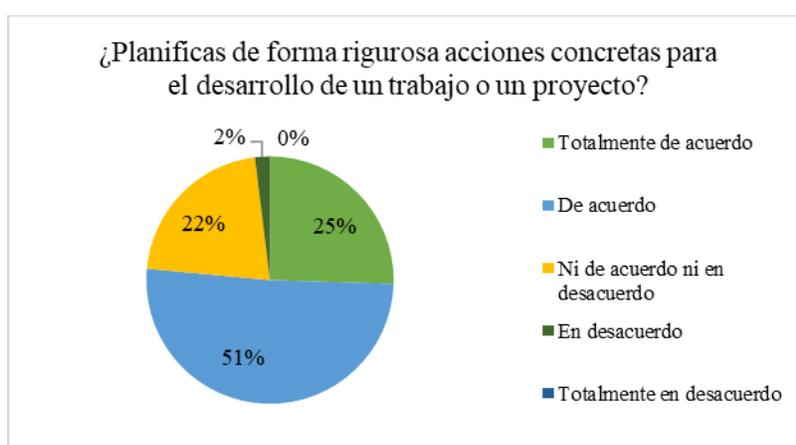


Figura 7 Porcentaje de dirección, administración o coordinación

Con respecto al total de los encuestados el 51% está de acuerdo y el 25% totalmente de acuerdo en que planifican de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto, el 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 2% en desacuerdo.

Sub – dimensión habilidades personales

Creatividad

5. ¿A veces tengo tantas ideas que no se cual escoger?		
Totalmente de acuerdo	12	24%
De acuerdo	20	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	31%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

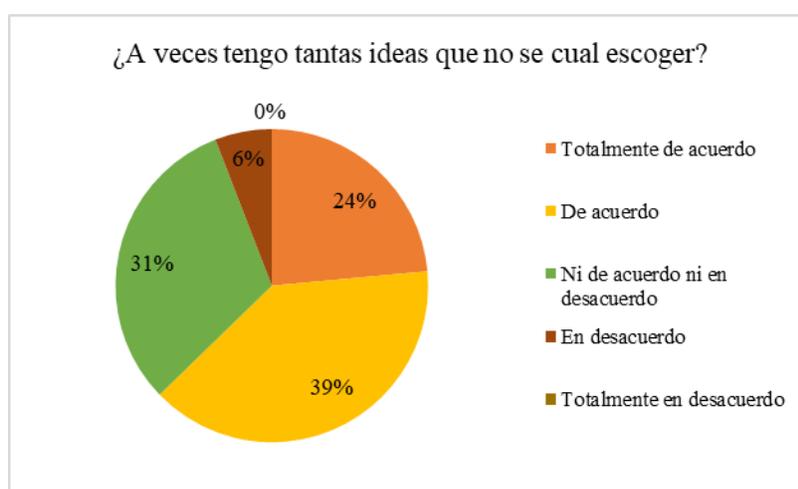


Figura 8 Porcentaje de creatividad

Del total de los encuestados el 39% está de acuerdo y el 24% totalmente de acuerdo, en que a veces tienen tantas ideas que no saben cual escoger. Así mismo, un 31% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 6% en desacuerdo.

6. ¿Me gusta hacer cosas novedosas o poco convencionales?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	30	59%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

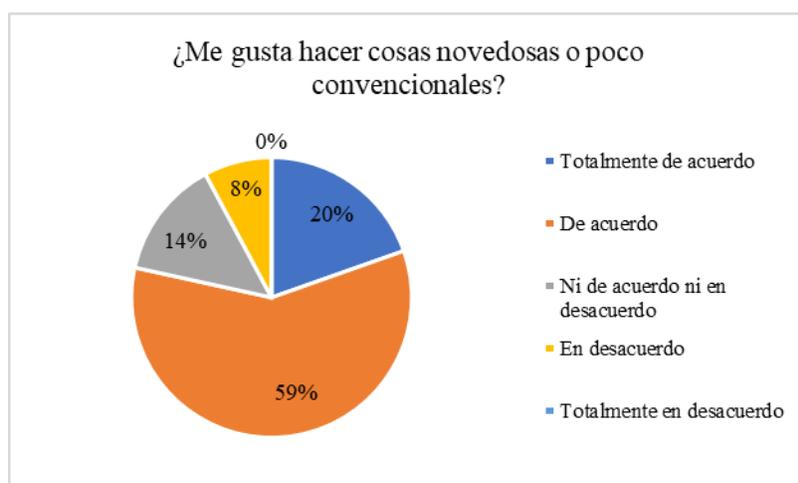


Figura 9 Porcentaje de creatividad

La gran mayoría de los encuestados 59% se encuentran de acuerdo y el 20% está totalmente de acuerdo, en que les gusta hacer cosas novedosas o poco convencionales y tan solo un 14% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 8% en desacuerdo.

Innovación

7. ¿Te consideras una persona innovadora?		
Totalmente de acuerdo	14	27%
De acuerdo	21	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	2	4%
	51	100%

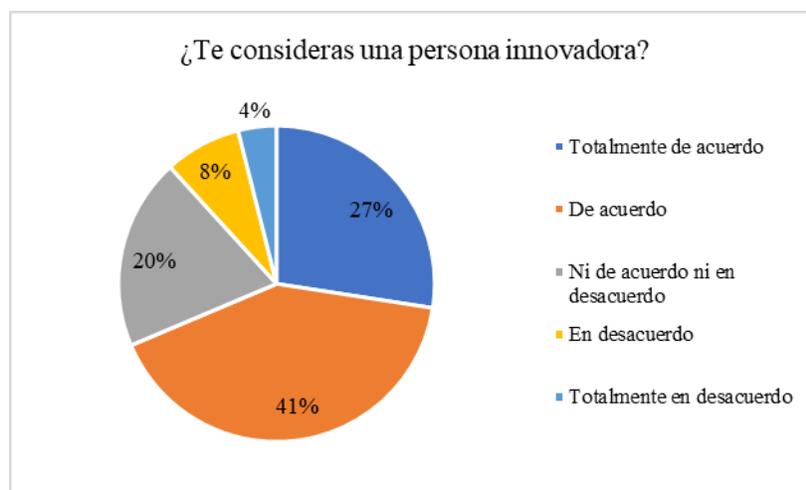


Figura 10 Porcentaje de innovación

Gran cantidad de los encuestados se consideran personas innovadoras, ya que el 41% está de acuerdo, el 27% totalmente de acuerdo, un 20% ni de acuerdo ni desacuerdo y por otra parte un 8% en desacuerdo y tal solo un 4% en total desacuerdo.

8. ¿Suelo proponer nuevas formas de hacer las cosas, pues no soporto la rutina?		
Totalmente de acuerdo	19	37%
De acuerdo	21	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

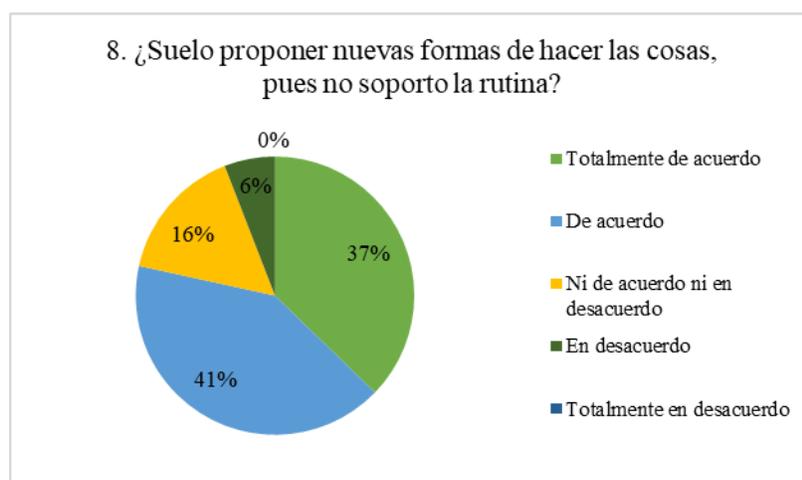


Figura 11 Porcentaje de innovación

Los estudiantes a partir de sus nuevas formas de hacer las cosas consideran en gran mayoría que no soportan la rutina, ya que el 41% está de acuerdo, el 37% está totalmente de acuerdo, el 16% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 6% en desacuerdo.

Tolerancia

9. ¿Consigues mantenerte tranquilo incluso en aquellas situaciones en la que te sientes evaluado por los demás?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	14	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	31%
En desacuerdo	5	10%
Totalmente en desacuerdo	5	10%
	51	100%

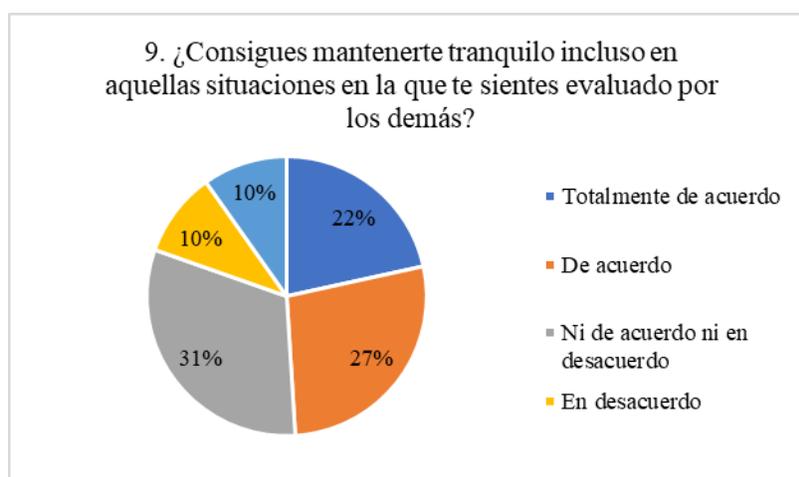


Figura 12 Porcentaje de tolerancia

Del total de los encuestados gran mayoría presenta indecisión al mantenerse o no tranquilos en aquellas situaciones en las que se siente evaluados por los demás, debido a que un 31% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por otra parte, el 27% está de acuerdo y el 22% totalmente de acuerdo, ya que consideran que si cuentan con la capacidad de mantenerse tranquilos en situaciones en las que se siente evaluados por los demás. Por último, tan solo un 10% se encuentra desacuerdo y otro 10% en total desacuerdo, debido a que no consiguen mantenerse tranquilos ante dicha situación.

10. ¿Te resulta fácil ponerte en el lugar de otra persona a fin de entenderla?		
Totalmente de acuerdo	17	33%
De acuerdo	21	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	7	14%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

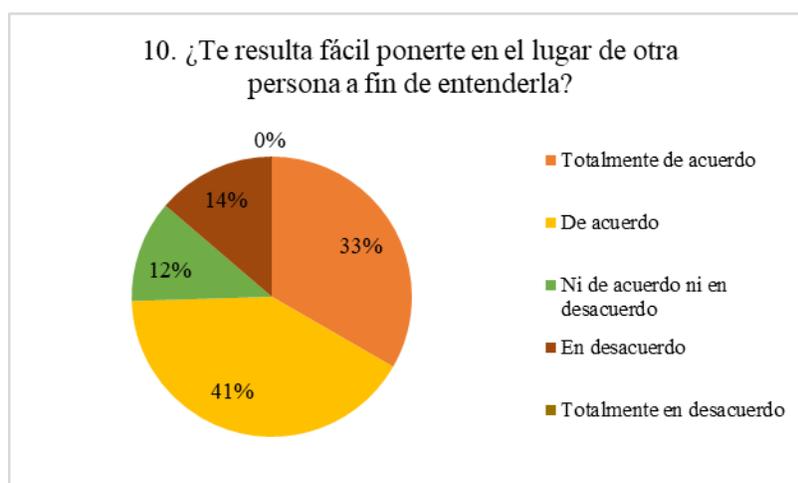


Figura 13 Porcentaje de tolerancia

A gran cantidad de los encuestados les resulta fácil ponerse en el lugar de otra persona a fin de entenderla, puesto que el 41% se encuentra de acuerdo y un 33% totalmente de acuerdo. Por otra parte, tan solo un 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 14% en desacuerdo ante dicha situación.

Perseverancia

11. ¿Estarías dispuesto hacer frente al fracaso con tal de ampliar tus horizontes?		
Totalmente de acuerdo	20	39%
De acuerdo	23	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

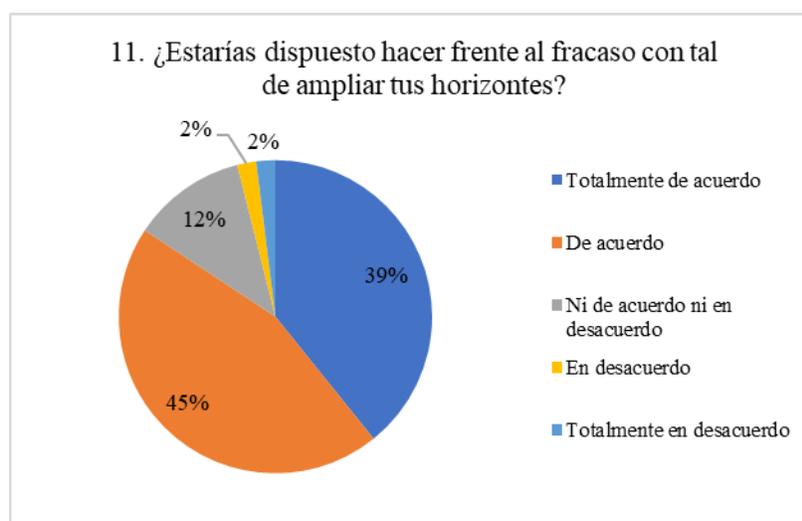


Figura 14 Porcentaje de perseverancia

Desde su corto proceso de formación los estudiantes consideran que estarían dispuestos hacer frente al fracaso con tal de ampliar sus horizontes, ya que el 45% está de acuerdo y el 39% totalmente de acuerdo. Así mismo, un 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% en desacuerdo y otro 2% en total desacuerdo.

12. ¿Te muestras firme y constante al momento de actuar?		
Totalmente de acuerdo	17	33%
De acuerdo	23	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	18%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

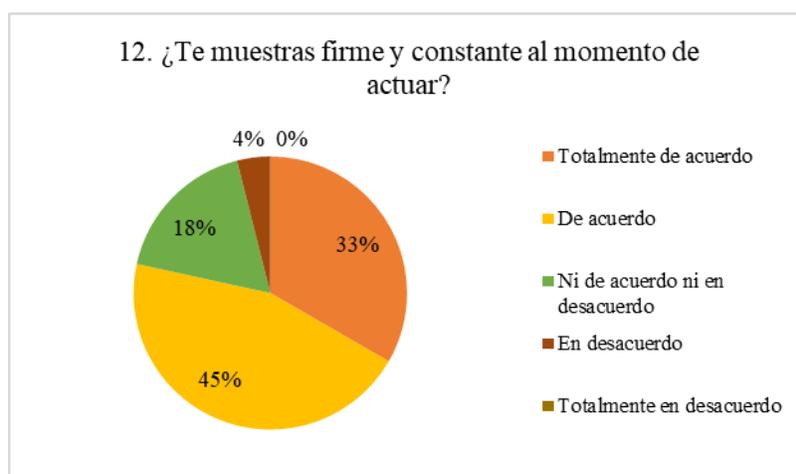


Figura 15 Porcentaje de perseverancia

Del 100% del total de los encuestados, el 45% está de acuerdo y el 33% totalmente de acuerdo, en mostrarse firmes al momento de actuar. El 18% ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 4% en desacuerdo, ya que no se muestra firme ante dicha situación.

Autoconfianza

13. ¿Sientes tu espíritu aventurero?		
Totalmente de acuerdo	23	45%
De acuerdo	21	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

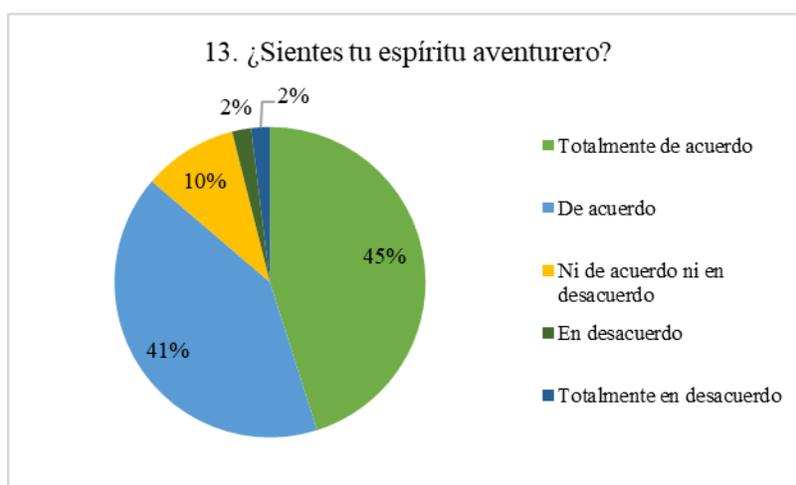


Figura 16 Porcentaje de autoconfianza

El 45% de los estudiantes encuestados está totalmente de acuerdo y 41% de acuerdo en sentir un espíritu aventurero. Por otra parte, un 10% está indeciso ya que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y por último un 2% está en desacuerdo y otro 2% en total desacuerdo ya que no tienen un espíritu aventurero.

14. ¿Te sientes seguro de tus capacidades?		
Totalmente de acuerdo	27	53%
De acuerdo	20	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

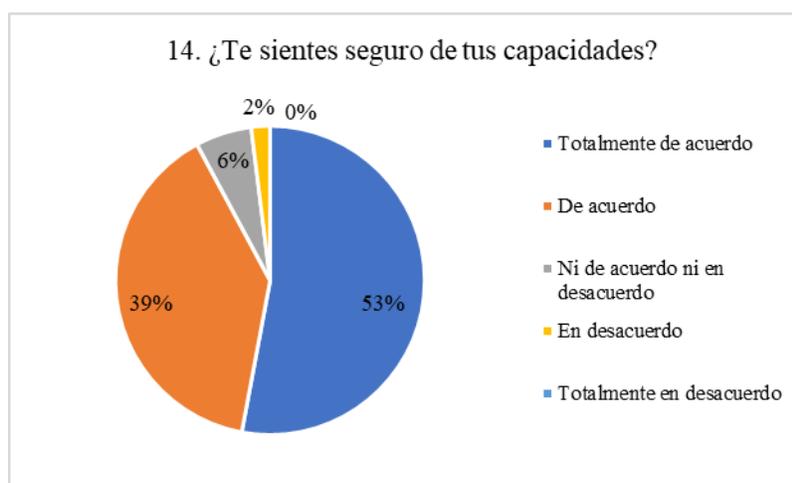


Figura 17 Porcentaje de autoconfianza

Como se puede observar en la gráfica el 53% está totalmente de acuerdo y el 39% de acuerdo, en sentirse seguro de sus capacidades. Sin embargo, el 6% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 2% en desacuerdo, situación que nos indica que estos estudiantes no se sienten seguros de sus capacidades.

Asumir riesgos

15. ¿Me gustan más los desafíos que ponen a prueba mis habilidades que las cosas que hago con facilidad?		
Totalmente de acuerdo	27	53%
De acuerdo	15	29%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	2	4%
	51	100%



Figura 18 Porcentaje de asumir riesgos

De los estudiantes encuestados el 53% está totalmente de acuerdo y el 29% de acuerdo en que les gustan los desafíos que ponen a prueba sus habilidades más que las cosas que hacen con facilidad. Por el contrario, el 10% se muestra indeciso ya que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, así mismo, un 4% está en desacuerdo y otro 4% está en total desacuerdo ante dicha situación.

16. ¿Me gusta empezar nuevos proyectos que pueden ser arriesgados?		
Totalmente de acuerdo	17	33%
De acuerdo	20	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%



Figura 19 Porcentaje de asumir riesgos

La gran mayoría de los encuestados, considera que les gusta empezar nuevos proyectos, aunque puedan ser arriesgados, ya que el 39% está de acuerdo y el 33% totalmente de acuerdo. Sin embargo, un 24% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 4% está en desacuerdo.

Liderazgo

17. ¿Te resulta fácil designar tareas a los demás?		
Totalmente de acuerdo	16	31%
De acuerdo	19	37%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	22%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	2	4%
	51	100%

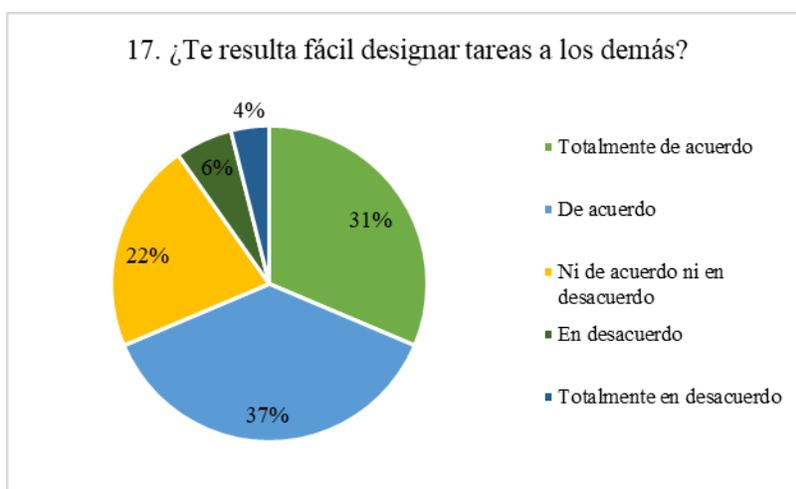


Figura 20 Porcentaje de liderazgo

Con respecto a los estudiantes encuestados el 37% está de acuerdo y el 31% totalmente de acuerdo en que les resulta fácil designar tareas a los demás, ya que se sienten con gran capacidad de liderar un equipo de trabajo. Así mismo, un 22% no se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 6% está en desacuerdo y el 4% está en total en desacuerdo en designar tareas a los demás.

18. ¿Acostumbro a situarme en situaciones donde se ejerce cierta autoridad?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	21	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	31%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

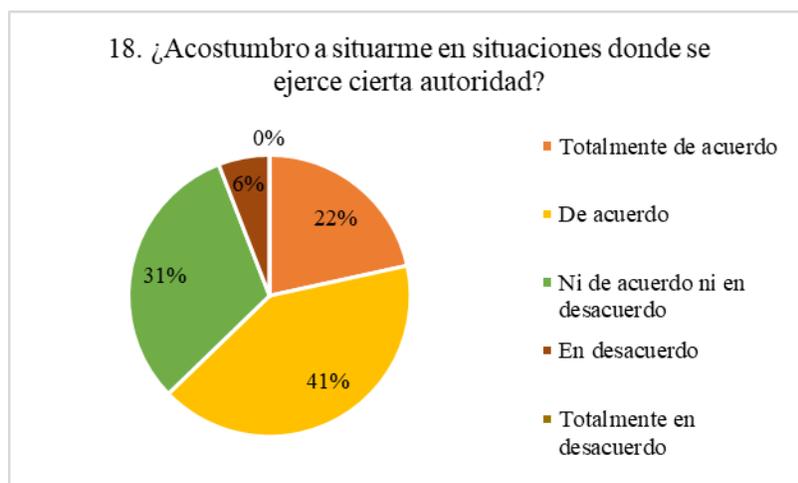


Figura 21 Porcentaje de liderazgo

Del total de los encuestados gran mayoría considera que se acostumbra a situarse en situaciones donde ejerce autoridad, debido a que presentan un porcentaje de 41% de acuerdo y el 22% totalmente de acuerdo. Así mismo, el 31% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 6% en desacuerdo.

Proactividad

19. ¿Tiendes a ser una persona intuitiva?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	29%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

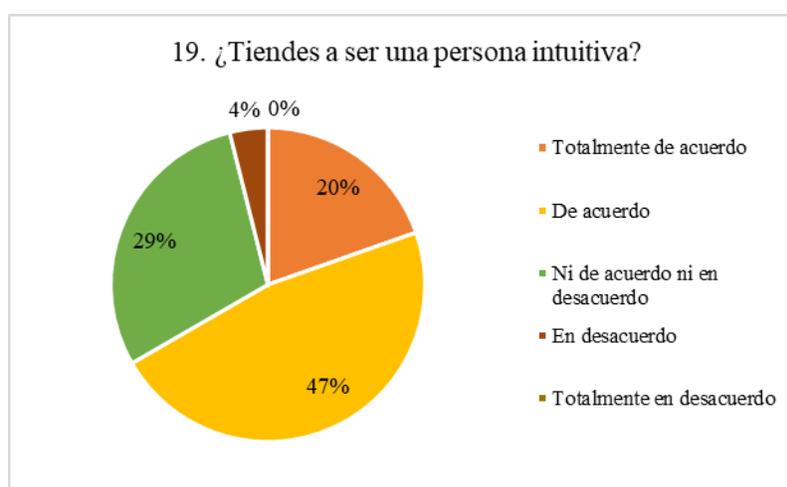


Figura 22 Porcentaje de proactividad

La gran mayoría de los encuestados tiende a ser una persona intuitiva ya que el 47% está de acuerdo. Sin embargo, un 29% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Así mismo, solo un 20% está totalmente de acuerdo y un 4% está en desacuerdo.

20. ¿Te gusta anticiparte a las situaciones nuevas de tu entorno?		
Totalmente de acuerdo	15	29%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	18%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

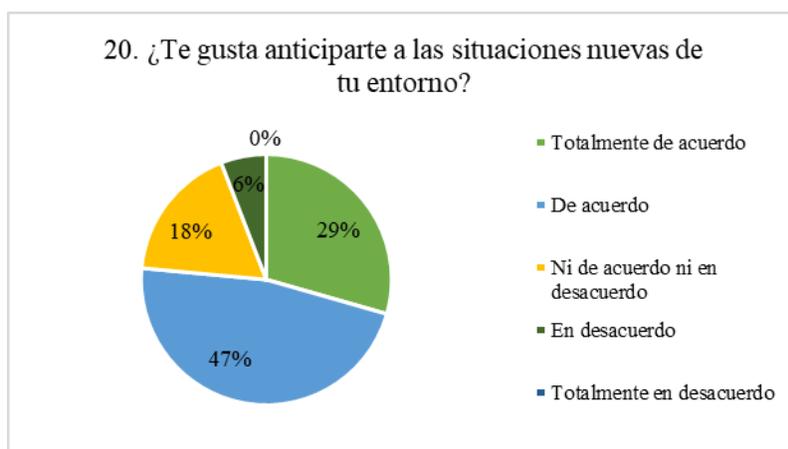


Figura 23 Porcentaje de proactividad

Los estudiantes encuestados consideran que les gusta anticiparse a las situaciones nuevas del entorno, pues que la gran mayoría se encuentra de acuerdo con un 47% y totalmente de acuerdo con un 29%. Así mismo, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo un 18% y por último se encuentran en desacuerdo un 6% ya que no les gustan anticiparse a las situaciones nuevas del entorno.

Eficacia

21. ¿Trabajas todo lo que haga falta para acabar los proyectos?		
Totalmente de acuerdo	23	45%
De acuerdo	19	37%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

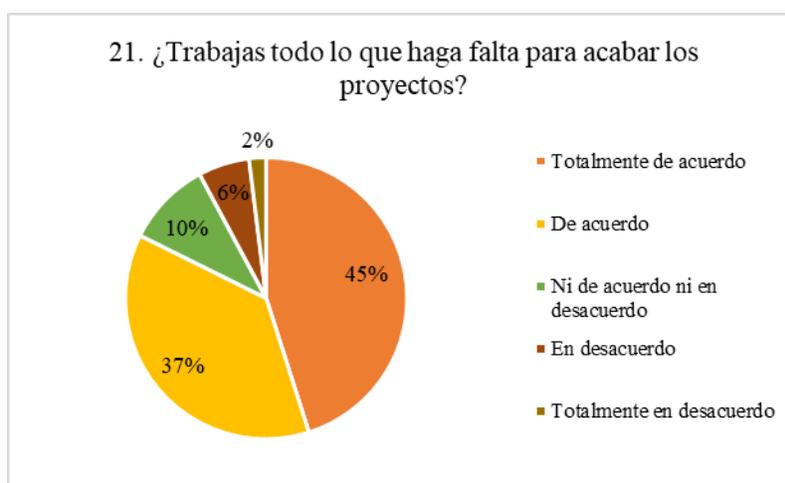


Figura 24 Porcentaje de eficacia

Desde su corta formación, gran cantidad de los encuestados consideran que trabajan en todo lo que haga falta para terminar sus proyectos, ya que un 45% está totalmente de acuerdo y un 37% de acuerdo. Por lo contrario, el 10% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6% en desacuerdo y un 2% totalmente en desacuerdo.

22. ¿Sueles cumplir los plazos que te fijas para realizar un trabajo?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	20	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	25%
En desacuerdo	7	14%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

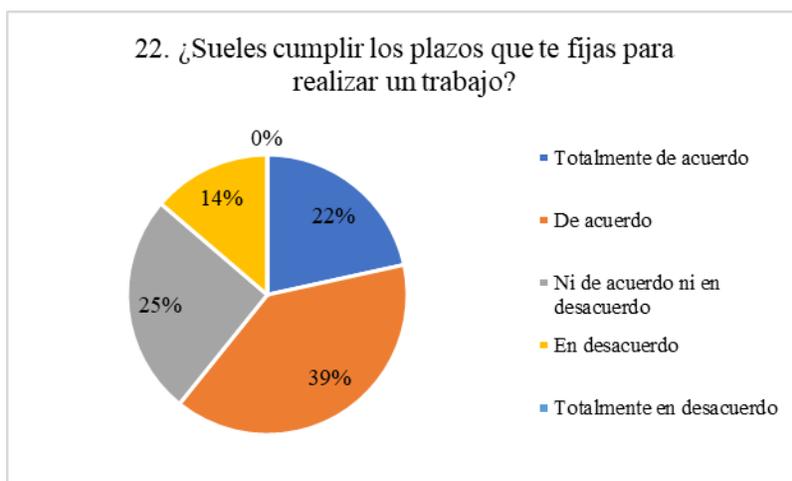


Figura 25 Porcentaje de eficacia

Del 100% de los encuestados el 39% está de acuerdo, ya que suelen cumplir con los plazos que se fijan para la realización de un trabajo. Por otra parte, el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, demostrando que son indecisos a la hora de fijar plazos para realizar sus trabajos. Así mismo, el 22% está totalmente de acuerdo ya que se fijan plazos y un 14% en desacuerdo, ya que no toman en cuenta la necesidad de cumplir con plazos fijos para realizar un trabajo.

Trabajo en equipo

23. ¿Escuchas a aquellas personas que te plantean nuevas ideas?		
Totalmente de acuerdo	24	47%
De acuerdo	18	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

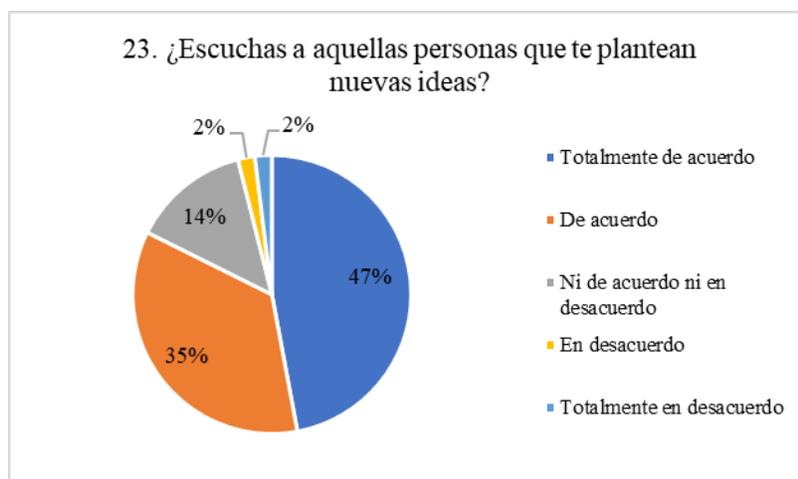


Figura 26 Porcentaje de trabajo en equipo

El 47% de los estudiantes encuestados está totalmente de acuerdo y el 35% de acuerdo en que escuchan a aquellas personas que les plantean nuevas ideas. Por lo contrario, el 14% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2% en desacuerdo y otro 2% en totalmente en desacuerdo

24. ¿Frecuentemente te gusta trabajar solo?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	19	37%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	27%
En desacuerdo	6	12%
Totalmente en desacuerdo	2	4%
	51	100%

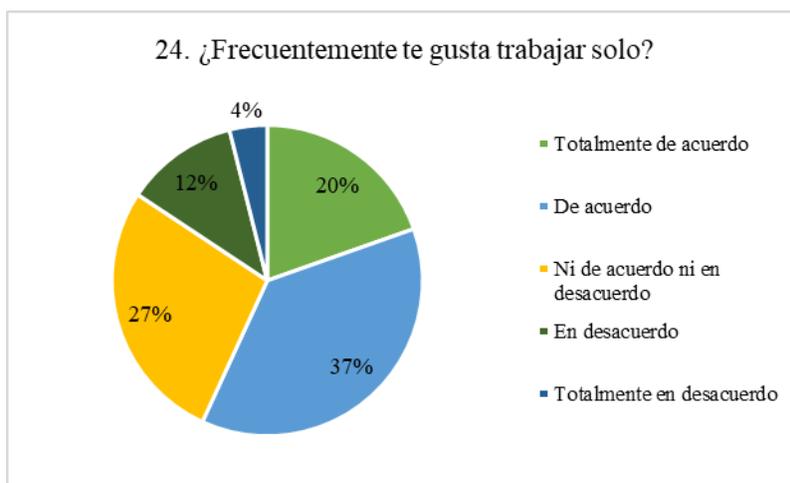


Figura 27 Porcentaje de trabajo en equipo

Como se puede observar en la gráfica el 37% está de acuerdo y el 20% totalmente de acuerdo en que les gusta trabajar frecuentemente solos. Así mismo, un 27% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, ya que no están seguros si les gusta la idea de trabajar o no solos. Por último, un 12% en desacuerdo y un 4% totalmente en desacuerdo, ya que no les gusta trabajar solos.

Sub-dimensión capacidad de respuesta

Aprovecha oportunidades

25. ¿Le entusiasma la idea de desarrollar nuevos proyectos?		
Totalmente de acuerdo	30	59%
De acuerdo	14	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

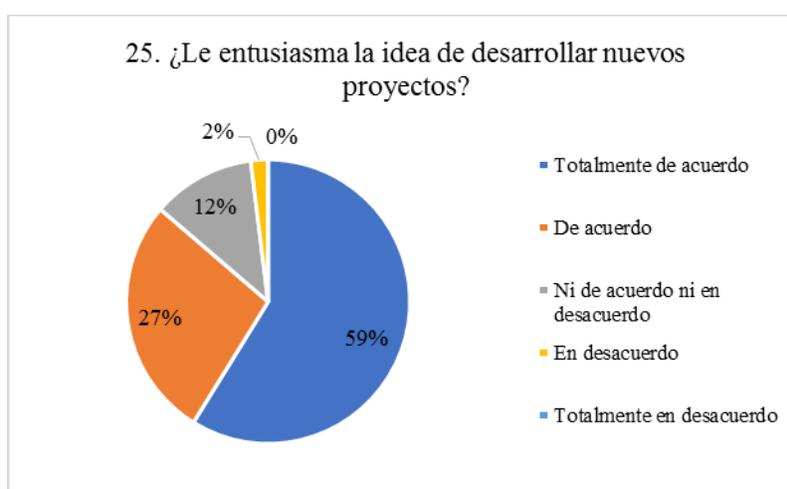


Figura 28 Porcentaje de aprovecha oportunidades

Según la gráfica el 59% de los estudiantes considera estar totalmente de acuerdo en desarrollar nuevas ideas, el 27% está de acuerdo, el 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 2% considera que no les entusiasma el desarrollo de nuevas ideas estando en desacuerdo.

26. ¿Reconoce los problemas como oportunidades para mejorar?		
Totalmente de acuerdo	22	43%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%



Figura 29 Porcentaje de aprovecha oportunidades

La gráfica representa que el 47% de los encuestados están de acuerdo en reconocer los problemas como oportunidades para mejorar, así mismo el 43% están totalmente de acuerdo, por otra parte, el 6% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 4% están en desacuerdo.

Solución de problemas

27. ¿Si existe algo considerado difícil de hacer, intentas hallar la manera de hacerlo?		
Totalmente de acuerdo	20	39%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

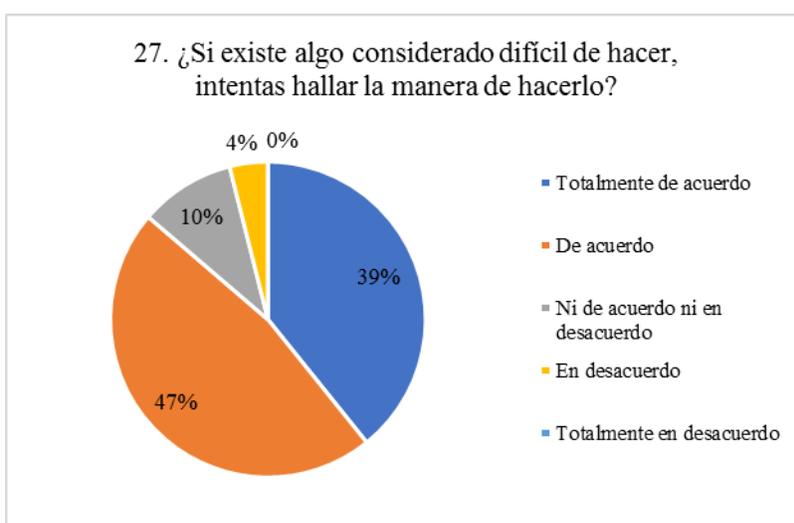


Figura 30 Porcentaje de solución de problemas

El 47% de los encuestados respondieron estar de acuerdo, el 39% considera estar totalmente de acuerdo, tan solo un 10% se mostraron indecisos estando ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 4% en desacuerdo.

28. ¿Resulta fácil para ti encontrar variedad de soluciones a un mismo problema?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	25%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

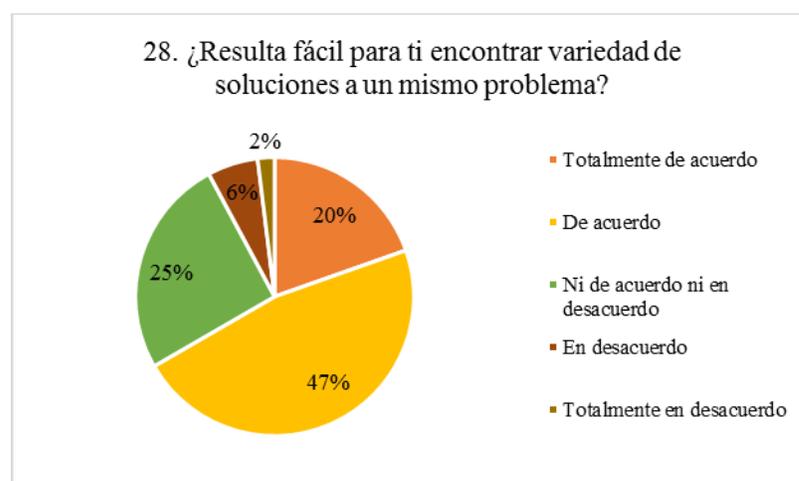


Figura 31 Porcentaje de solución de problemas

Los estudiantes consideran con 47% estar de acuerdo y 20% totalmente de acuerdo para generar soluciones a un mismo problema que se les presente, por otra parte, un 25% dice estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, tan solo un 6% está en desacuerdo y un 2% en total desacuerdo.

Toma de decisiones

29. ¿Te sientes predispuesto para asumir riesgos?		
Totalmente de acuerdo	14	27%
De acuerdo	27	53%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

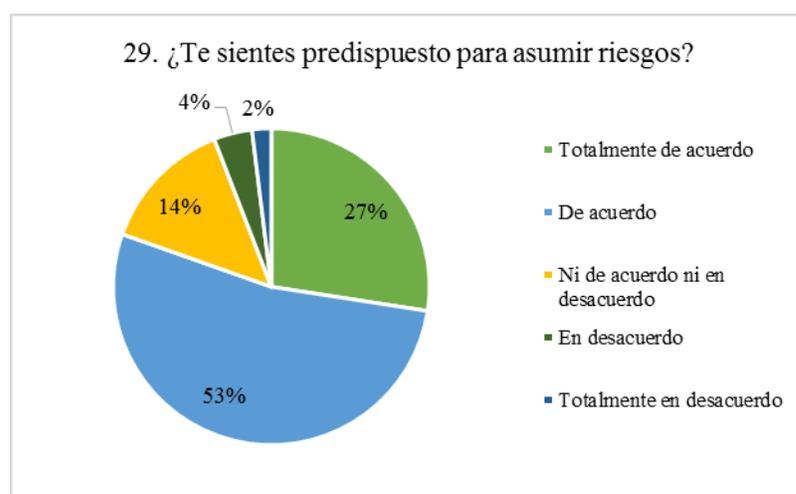


Figura 32 Porcentaje de toma de decisiones

Según la gráfica el 53% está de acuerdo, 27% totalmente de acuerdo, para la gran mayoría de los encuestados consideran tener criterios para tomar decisiones sin importar que estos puedan ser riesgosos, tan solo un 14% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, una pequeña proporción 4% están en desacuerdo y un 2% totalmente en desacuerdo.

30. ¿Tomar una decisión importante requiere de un acto exclusivamente racional, puesto que hay que pensar mucho?		
Totalmente de acuerdo	21	41%
De acuerdo	26	51%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

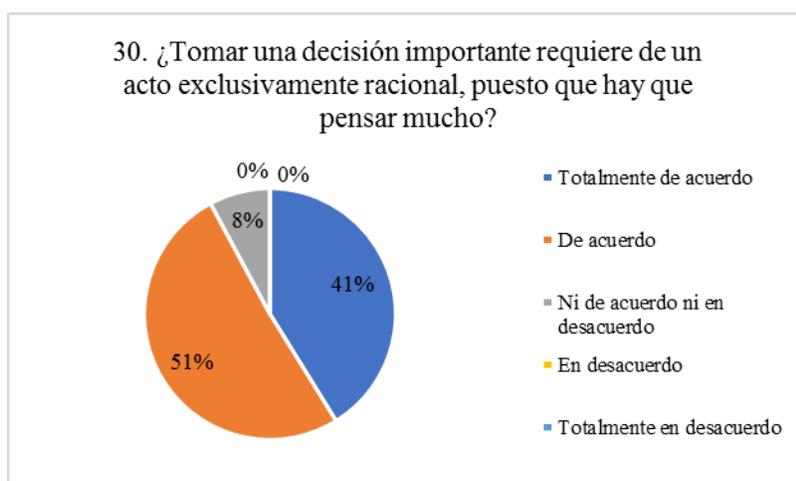


Figura 33 Porcentaje de toma de decisiones

Los encuestados según la gráfica reflejan que el 51% está de acuerdo y un 41% totalmente de acuerdo, consideran que tomar una decisión importante, requiere de un acto exclusivamente racional, puesto que hay que pensar mucho. Por otra parte, un 8% considera que no están de acuerdo ni en desacuerdo.

Dimensión Barreras del emprendimiento

Sub-dimensión internas

Recursos económicos

31. ¿En toda negociación siempre hay una parte ganadora y otra perdedora?		
Totalmente de acuerdo	16	31%
De acuerdo	18	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%



Figura 34 Porcentaje de recursos económicos

Según los resultados el 35% de los encuestados están de acuerdo, y el 31% están totalmente de acuerdo, entendiendo que en toda negociación siempre habrá partes que se vean afectadas y otras beneficiadas, el 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 8% en desacuerdo y un 2% en total desacuerdo.

32. ¿La inversión de dinero en un negocio siempre es una opción amenazante en el tema de emprendimiento?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	30	59%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

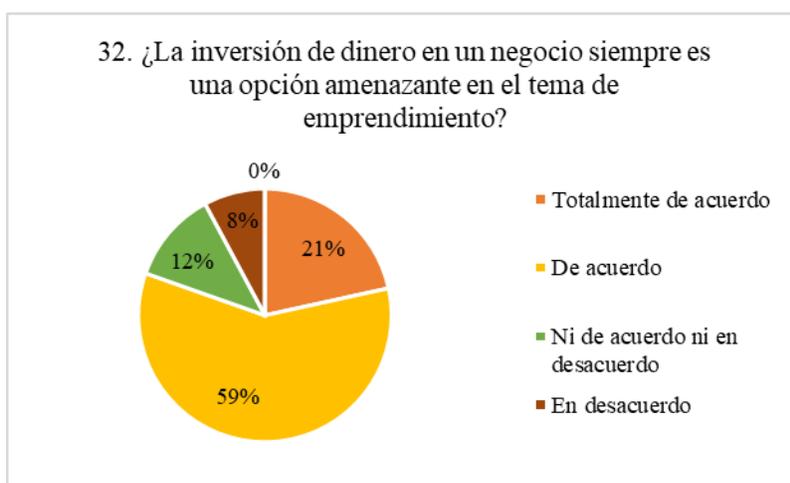


Figura 35 Porcentaje de recursos económicos

El 59% de acuerdo y el 21% totalmente de acuerdo siendo esto un porcentaje significativo donde se evidencia que los encuestados consideran que la inversión de dinero en un negocio siempre es una opción amenazante en el tema de emprendimiento, por otra parte, el 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 8% en desacuerdo.

Cultura de emprendimiento

33. ¿Si tengo que presentar mi proyecto en público lo paso muy mal?		
Totalmente de acuerdo	4	8%
De acuerdo	19	37%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	25%
En desacuerdo	7	14%
Totalmente en desacuerdo	8	16%
	51	100%

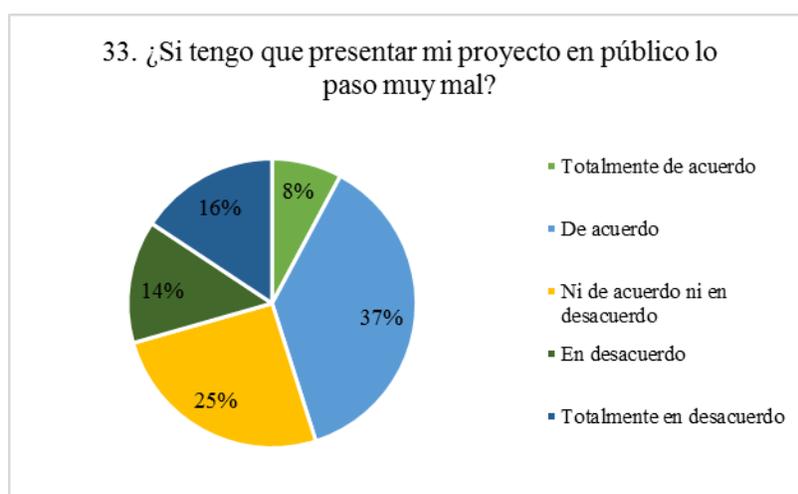


Figura 36 Porcentaje de cultura de emprendimiento

Según la gráfica el 37% considera estar de acuerdo, y un 8% totalmente de acuerdo lo cual opinan sentirse un poco mal si tuviesen que mostrar su proyecto en público. Un 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo el 14% en desacuerdo y el 16% en total desacuerdo.

34. ¿Después de tomar una decisión me preocupa que no sea la mejor?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	23	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

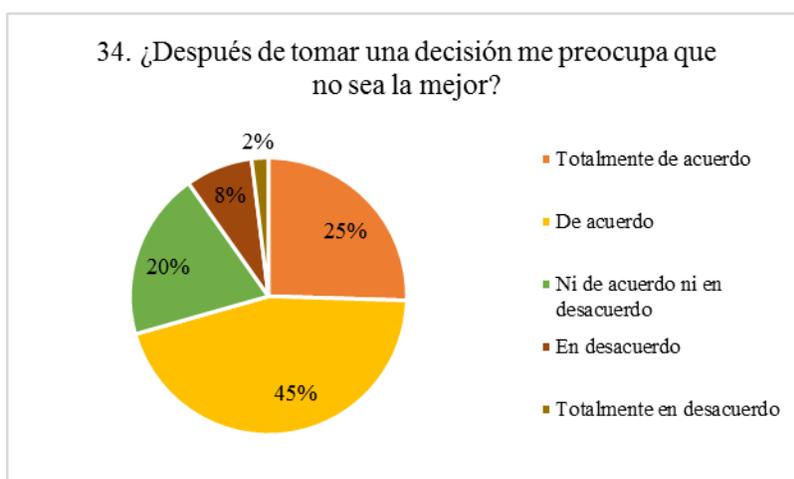


Figura 37 Porcentaje de cultura de emprendimiento

Según los encuestados el 45% de acuerdo y el 25% totalmente de acuerdo consideran preocuparse si no toman una buena decisión, 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo además tan solo el 8% están en desacuerdo y el 2% en total desacuerdo, considerando que son estudiantes que no se preocuparían si toman una decisión que no sea muy buena.

Sub-dimensión externas

Competencia

35. ¿Consideras que existe mucha competencia en el mercado que minimizan la oportunidad de emprender?		
Totalmente de acuerdo	21	41%
De acuerdo	19	37%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

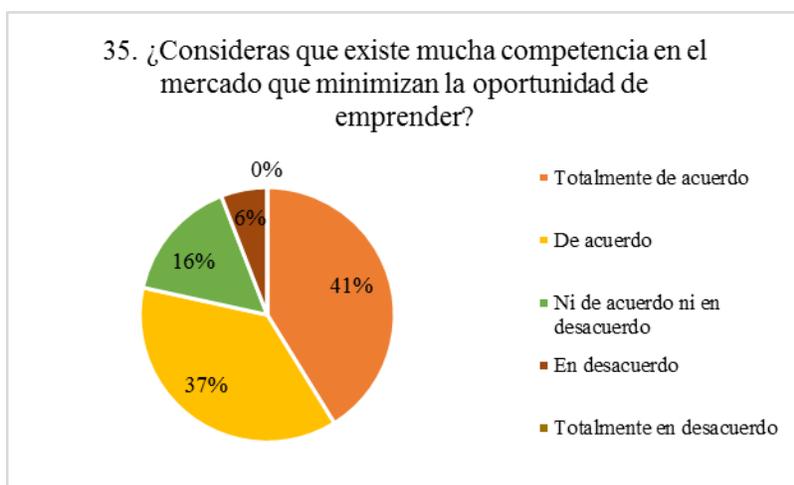


Figura 38 Porcentaje de competencia

Un porcentaje significativo según la gráfica refleja que el 41% de los encuestados está totalmente de acuerdo, y un 37% de acuerdo, de tal manera que los estudiantes consideran que la competencia que existe en el mercado puede minimizar la oportunidad que tienen de emprender, en tanto un 16% ni de acuerdo ni en desacuerdo, y tan solo un 6% en desacuerdo, considerando que la competencia no afectaría su oportunidad de emprender.

36. ¿Crees que tu empresa generaría gran impacto en el mercado?		
Totalmente de acuerdo	18	35%
De acuerdo	28	55%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

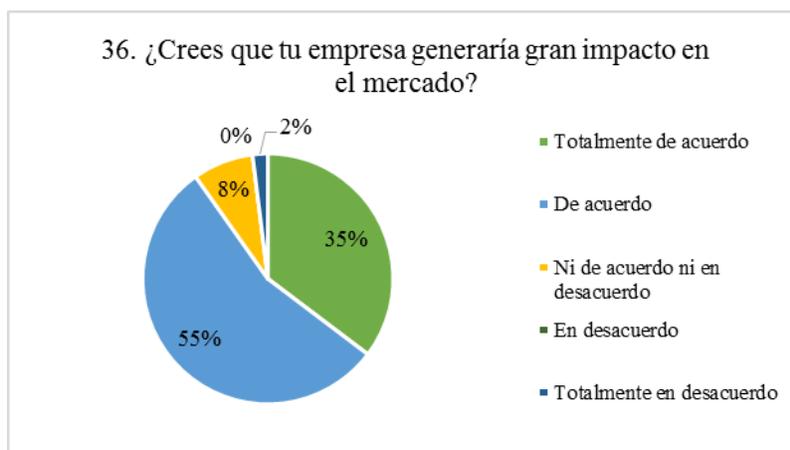


Figura 39 Porcentaje de competencia

La mayoría de los estudiantes consideran que emprender su empresa, esta tendría un gran impacto en el mercado ya que el 55% está de acuerdo y el 35% en total acuerdo, por otra parte, tan solo el 8% se encuentra ni en acuerdo ni en desacuerdo, y un 2% totalmente en desacuerdo.

Visión o perspectiva de otros

37. ¿Mis amig@s me ven como alguien que conseguirá el éxito algún día?		
Totalmente de acuerdo	19	37%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

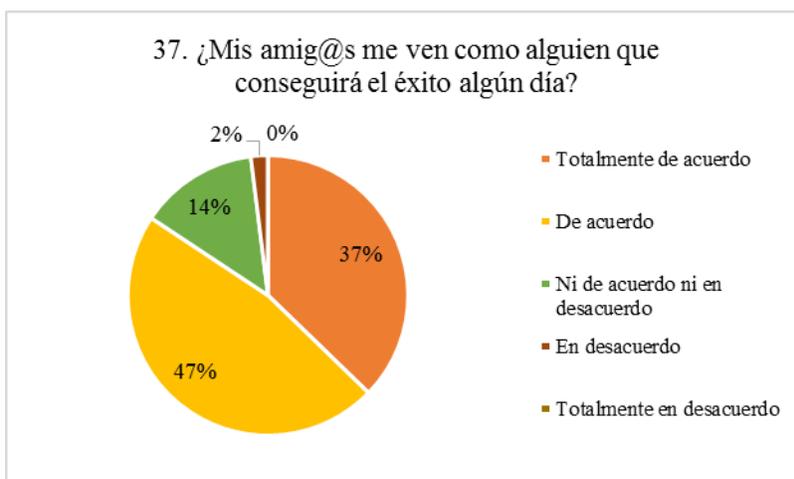


Figura 40 Porcentaje de visión o perspectiva de otros

Del 100% del total de los encuestados, el 47% está de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo, en considerar que sus amigos los ven como personas que puedan conseguir el éxito. El 14% ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 2% en desacuerdo.

38. ¿Existe apoyo por parte de mis familiares a la hora de querer emprender?		
Totalmente de acuerdo	22	43%
De acuerdo	18	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

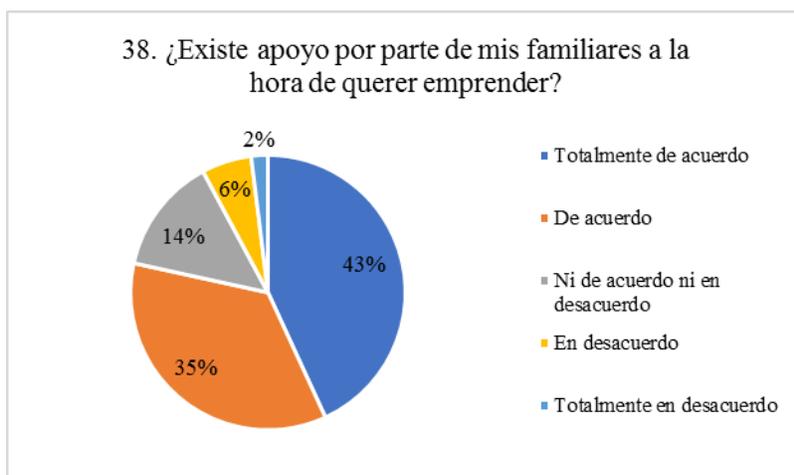


Figura 41 Porcentaje de visión o perspectiva de otros

Un gran porcentaje considera que tienen el apoyo de sus familiares a la hora de generar ideas que permitan emprender y crear empresas dado que el 43% totalmente de acuerdo y el 35% de acuerdo, un 14% están en de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 6% en desacuerdo y 2% en total desacuerdo.

Dimensión Percepción del perfil emprendedor

Sub-dimensión espíritu emprendedor propio

Abrazar la innovación (idea de negocio)

39. ¿Consideras que tienes facilidad para emprender nuevas ideas en campos de acción de que te lleven al éxito?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	31	61%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

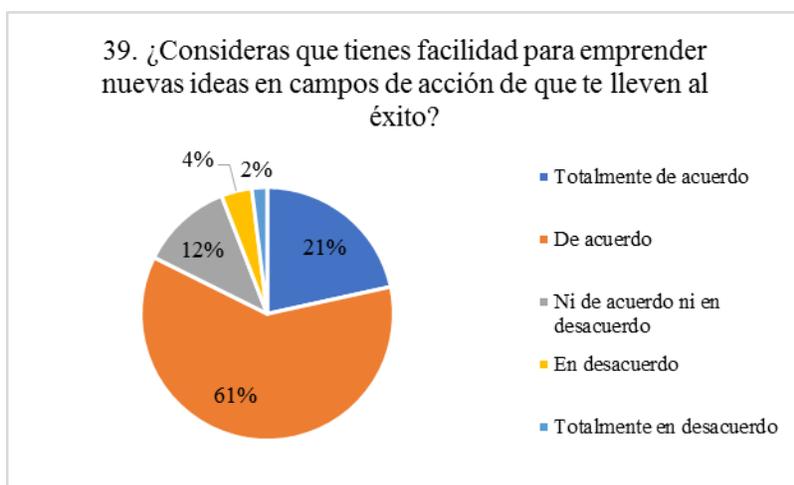


Figura 42 Porcentaje de abrazar la innovación

El 61% de los encuestados están de acuerdo y el 21% totalmente de acuerdo donde encuentran que, si tienen la facilidad para emprender ideas en campos de acción que los conlleven al éxito, un 12% ni en acuerdo ni en desacuerdo mostrándose indecisos, y un 4% en desacuerdo, 2% de acuerdo.

40. ¿Acostumbro apropiarme de las ideas que me propongo?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

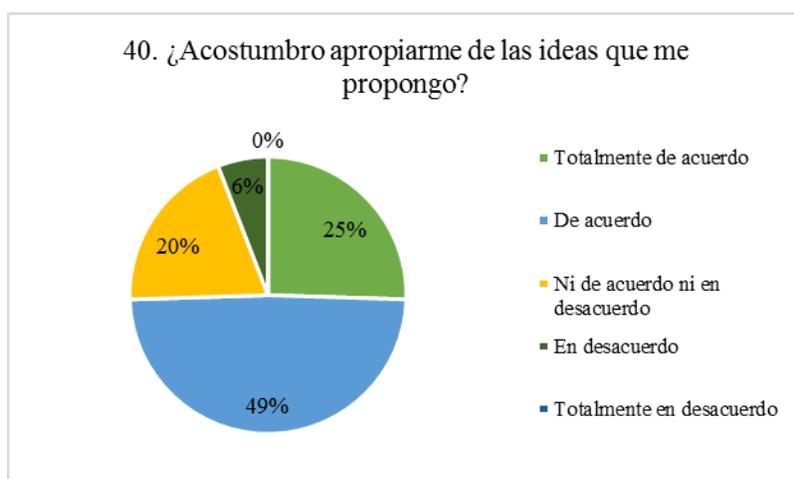


Figura 43 Porcentaje de abrazar la innovación

Según el gráfico los estudiantes consideran que sí se apropian de las ideas que tienen dado que el 49% está de acuerdo, siendo esto una cifra significativa, así mismo el 25% está totalmente de acuerdo, por otra parte, el 20% ni en acuerdo ni en desacuerdo, y tan solo un 6% en desacuerdo, considerando ser estudiantes que no suelen enfocar sus objetivos y abandonando así fácilmente sus ideas de negocio.

Definir bien los objetivos del negocio

41. ¿Tienes claros los objetivos en tu cabeza cuando quieres algo?		
Totalmente de acuerdo	20	39%
De acuerdo	21	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8%
En desacuerdo	6	12%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%



Figura 44 Porcentaje de definir bien los objetivos del negocio

Los estudiantes creen tener claro los objetivos cuando tienen un propósito dado que el 41% mostro estar de acuerdo y el 39% totalmente de acuerdo, por otra parte, un 8% ni en acuerdo ni en desacuerdo, e igualmente un 12% dice estar en desacuerdo, dado a que no consideran tener objetivos claros aun sabiendo que propósitos quieren alcanzar.

42. ¿Cuándo hago planes para hacer algo, casi siempre hago lo que he planeado?		
Totalmente de acuerdo	14	27%
De acuerdo	22	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	27%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

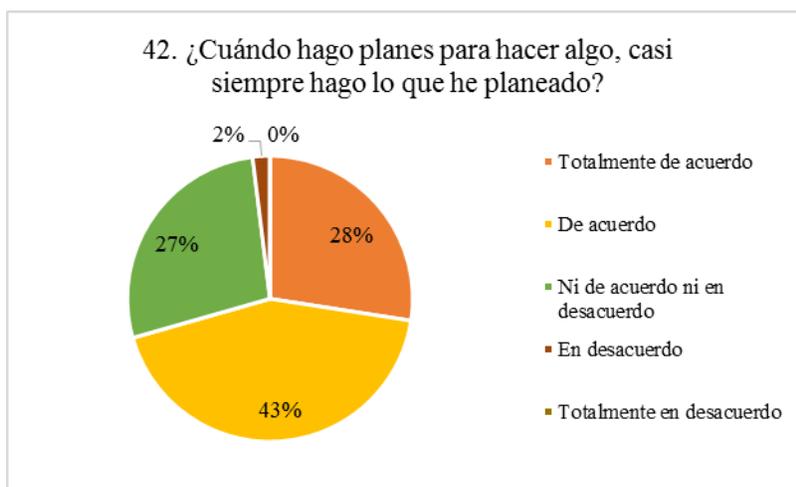


Figura 45 Porcentaje de definir bien los objetivos del negocio

Según la gráfica el 43% está de acuerdo, un 28% totalmente de acuerdo, consideran que sí siguen lo que han proyectado hacer, un 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte, un 2% está en desacuerdo.

Sub-dimensión espíritu emprendedor conforme al entorno social

Conocimiento del mercado

43. ¿Se interesa por mantenerse informado de los cambios que surgen dentro de los diferentes mercados?		
Totalmente de acuerdo	14	27%
De acuerdo	21	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

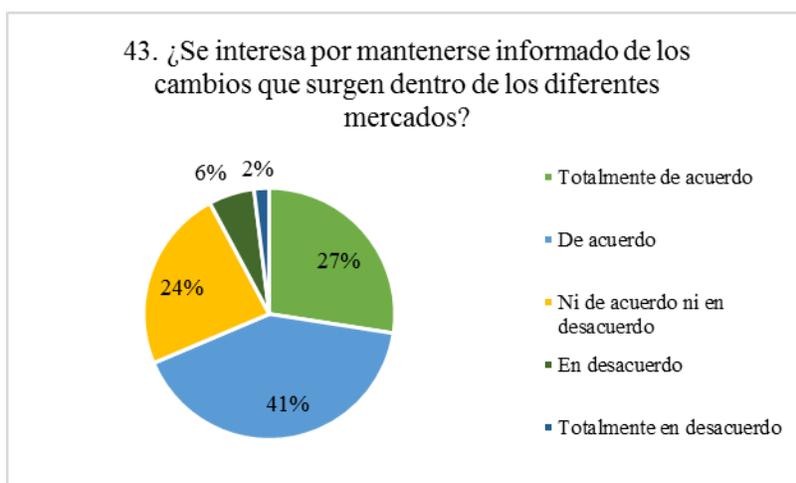


Figura 46 Porcentaje de conocimiento del mercado

Los estudiantes reflejan en gran cifra que el 41% considera estar de acuerdo, y el 27% totalmente de acuerdo, son estudiantes que ven la necesidad y la importancia en mantenerse informado ante los cambios que presenta el mercado, por otra parte, un 24% los ni de acuerdo ni en desacuerdo, así mismo el 6% en desacuerdo, y un 2%.

44. ¿Busca emprender para generar empleabilidad y desarrollo dentro de su municipio?		
Totalmente de acuerdo	21	41%
De acuerdo	20	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

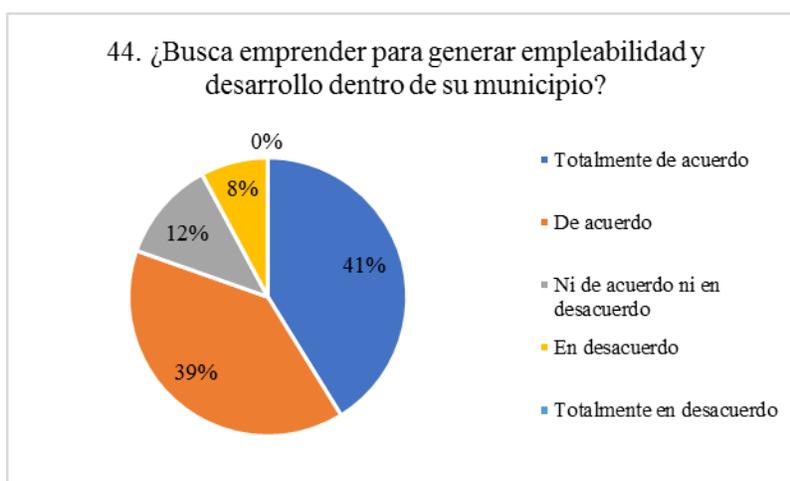


Figura 47 Porcentaje de conocimiento del mercado

Según la gráfica los estudiantes reflejan que el 41% totalmente de acuerdo y el 39% de acuerdo encuentran que es importante emprender para generar empleo en sus municipios a fin de aportar desarrollo a sus municipios, siendo esto cifras significativas, por otra parte, el 12% ni en acuerdo ni en desacuerdo, y el 8% consideran estar en desacuerdo.

Identificar oportunidades

45. ¿Resulta de su interés el conocer las oportunidades que actualmente presentan los diferentes mercados a la hora de emprender?		
Totalmente de acuerdo	17	33%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

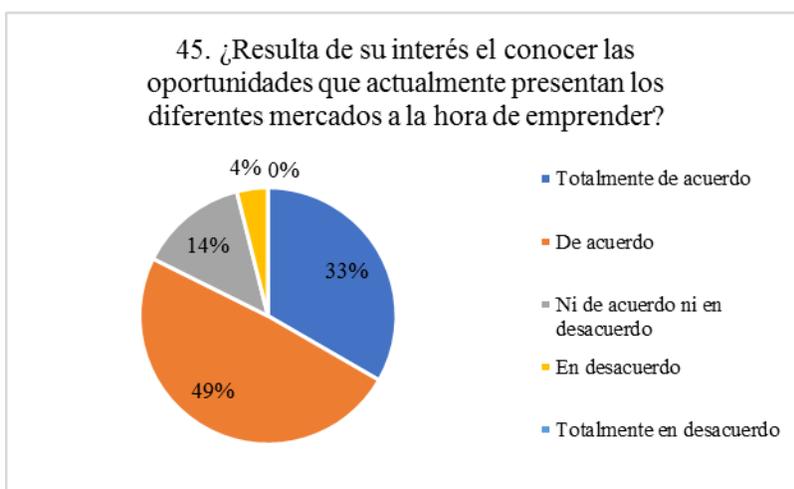


Figura 48 Porcentaje de identificar oportunidades

A los estudiantes de primeros semestres les resulta importante conocer las diferentes oportunidades que brinda el mercado a la hora de emprender, dado que el 49% manifestó estar de acuerdo y el 33% totalmente de acuerdo, en cambio un 14% ni en acuerdo ni en desacuerdo, y solo un 4% se encuentra en desacuerdo explicando así que no le interesa conocer las oportunidades que pueda brindarle el mercado.

46. ¿Consideras que tu idea de negocio es muy redundante en el mercado actual?		
Totalmente de acuerdo	15	29%
De acuerdo	17	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	33%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

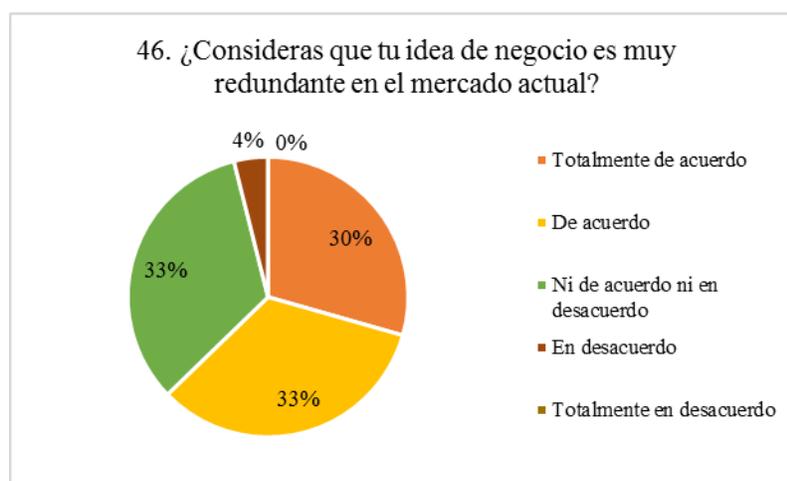


Figura 49 Porcentaje de identificar oportunidades

Según cifras se puede observar que las respuestas de los estudiantes fueron parejas, dado que un 33% encuentran estar de acuerdo a que su idea de negocio, es redundante en el mercado, por otro lado, el 33% ni en acuerdo ni en desacuerdo, y el 30% en desacuerdo y un 4% en total desacuerdo.

Análisis del test a últimos semestres del programa de Administración de Empresas

Genero		
Femenino	23	45%
Masculino	28	55%
	51	100%

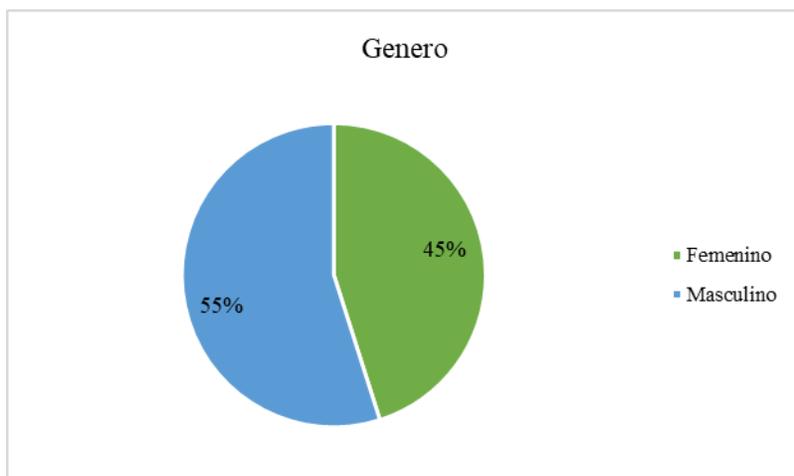


Figura 50 Porcentaje del género de los encuestados

Del total de los encuestados de los primeros semestres del programa de Administración de Empresas, el 55% son hombres y el 45% son mujeres.

Edad		
20 a 25 años	42	82%
26 a 30 años	7	14%
Más de 30 años	2	4%
	51	100%

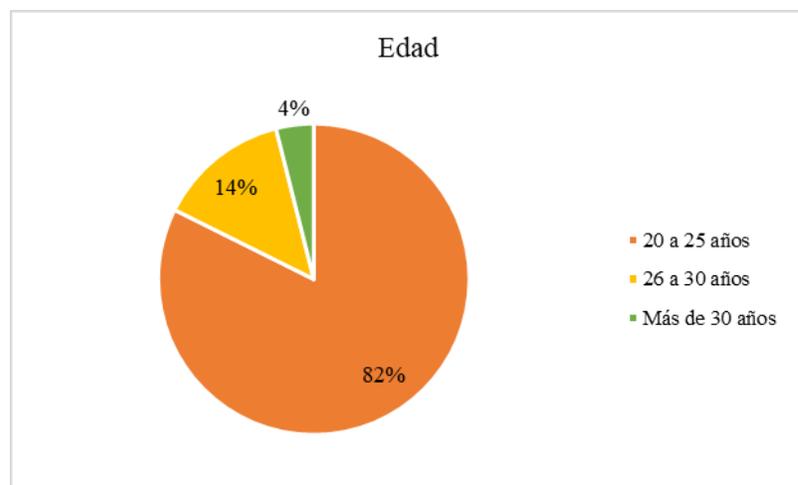


Figura 51 Porcentaje de edad

Como se observa en la gráfica el 82% de los encuestados se encuentran en un rango de edad entre los 20 a 25 años, el 14% en un rango de edad de 26 a 30 años y un 4% son mayores de 30 años.

Región de procedencia		
Región Amazonia	3	6%
Región Andina	22	43%
Región Caribe	11	22%
Región Orinoquia	15	29%
	51	100%

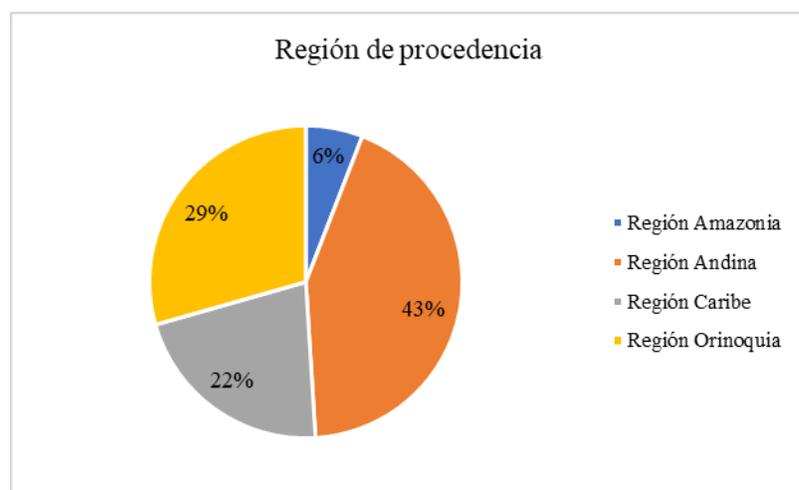


Figura 52 Porcentaje región de procedencia

El 43% de los encuestados pertenecen a la región Andina, seguidamente de la región Orinoquia con un 29%, la región Caribe con 22% y, por último, la región Amazonia con 6%.

Dimensión - características emprendedoras

Sub – dimensión conocimientos técnicos

Formación profesional

1. ¿Te consideras profesionalmente capacitado(a) en aquello que sabes hacer?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	35	69%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

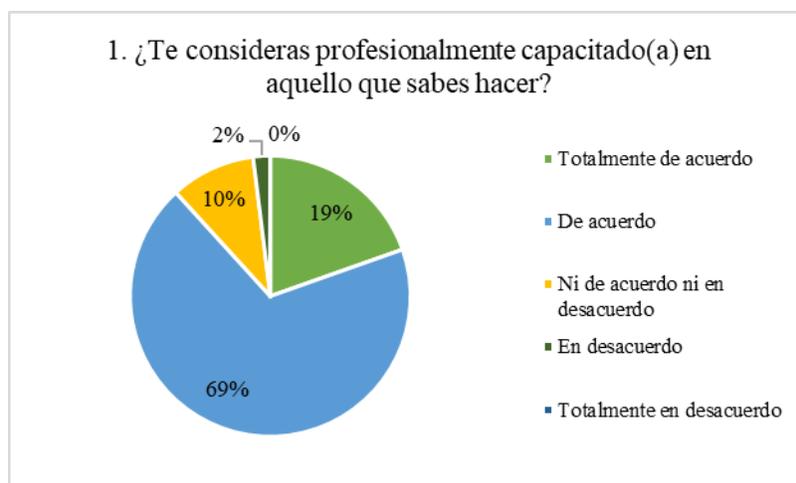


Figura 53 Porcentaje formación profesional

Del total de los encuestados el 69% está de acuerdo, un 19% está totalmente de acuerdo, un 10% consideran que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y por último un 2% en desacuerdo.

2. ¿Te planteas recibir información de temas variados y pertinentes con visión a futuro?		
Totalmente de acuerdo	25	49%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

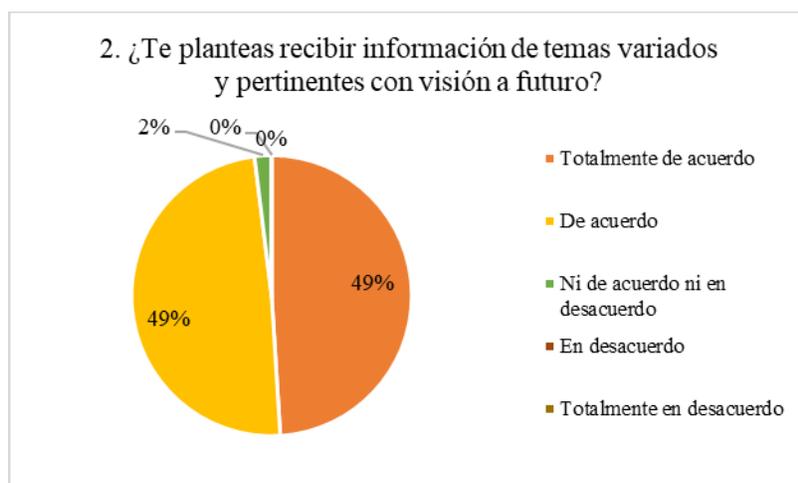


Figura 54 Porcentaje formación profesional

Como se observa en la gráfica el 49% está totalmente de acuerdo y el otro 49% de acuerdo, puesto que los estudiantes se plantean recibir información de temas variados y pertinentes con visión a futuro y solo un 2% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Dirección, administración o coordinación

3. ¿Te consideras con amplias capacidades para administrar tus propios recursos económicos?		
Totalmente de acuerdo	24	47%
De acuerdo	21	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

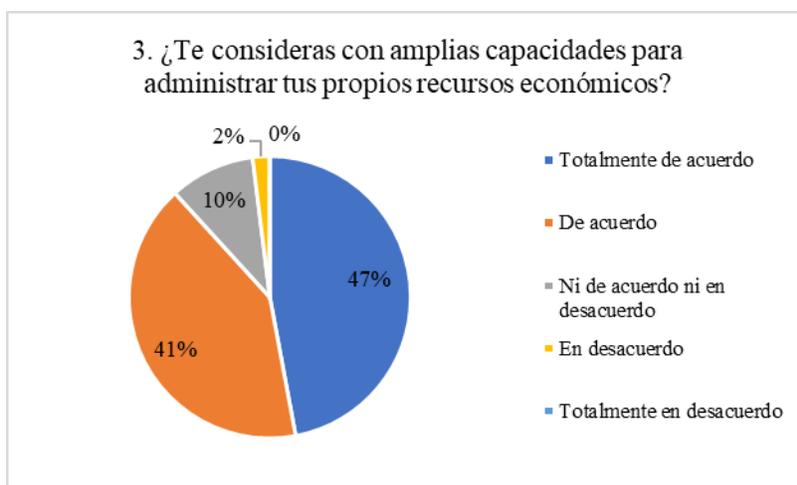


Figura 55 Porcentaje de dirección, administración o coordinación

El total de los encuestados considera que tiene amplias capacidades para administrar sus propios recursos económicos, ya que el 47% está totalmente de acuerdo y el 41% de acuerdo. Sin embargo, el 10% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 2% está desacuerdo.

4. ¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?		
Totalmente de acuerdo	12	24%
De acuerdo	29	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

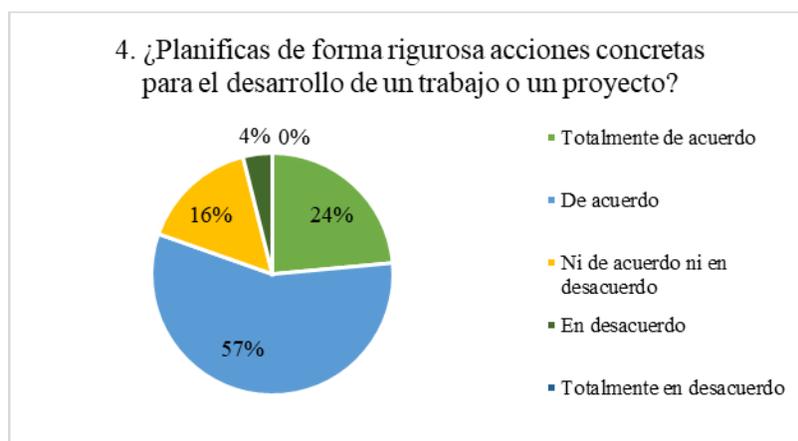


Figura 56 Porcentaje de dirección, administración o coordinación

Con respecto al total de los encuestados el 57% está de acuerdo y el 24% totalmente de acuerdo, debido a que planifican de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto. Por lo contrario, el 16% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 4% en desacuerdo.

Sub – dimensión habilidades personales

Creatividad

5. ¿A veces tengo tantas ideas que no se cual escoger?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	26	51%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	22%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

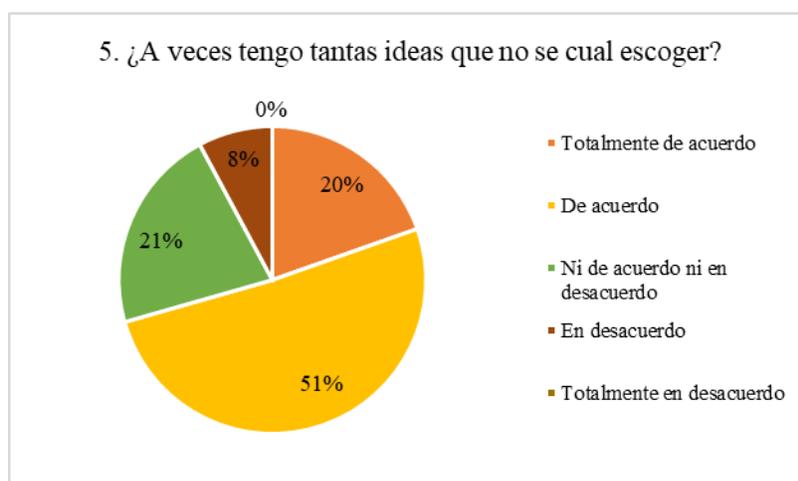


Figura 57 Porcentaje de creatividad

Del total de los encuestados el 51% está de acuerdo y el 20% totalmente de acuerdo, a razón de que a veces tienen tantas ideas que no saben cuál escoger. Por otra parte, el 21% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 8% en desacuerdo.

6. ¿Me gusta hacer cosas novedosas o poco convencionales?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	27	53%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

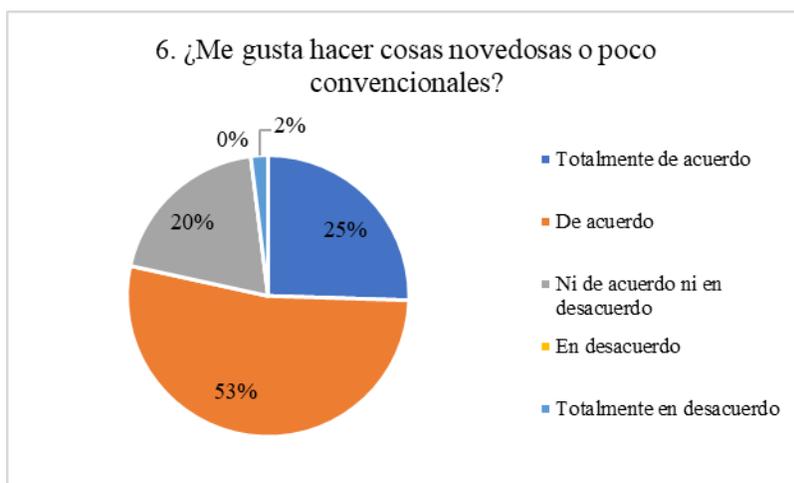


Figura 58 Porcentaje de creatividad

La gran mayoría de los encuestados 53% se encuentran de acuerdo y el 25% totalmente de acuerdo, ya que les gusta hacer cosas novedosas o poco convencionales. Sin embargo, un 20% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

Innovación

7. ¿Te consideras una persona innovadora?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

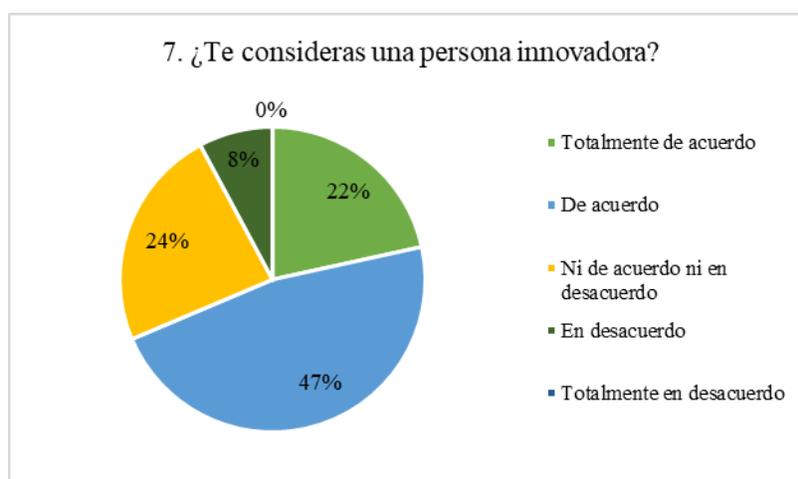


Figura 59 Porcentaje de innovación

Gran cantidad de los encuestados se consideran personas innovadoras, ya que el 47% está de acuerdo, el 22% totalmente de acuerdo y un 24% no está ni de acuerdo ni desacuerdo y, por último, parte un 8% está en desacuerdo

8. ¿Suelo proponer nuevas formas de hacer las cosas, pues no soporto la rutina?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	28	55%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

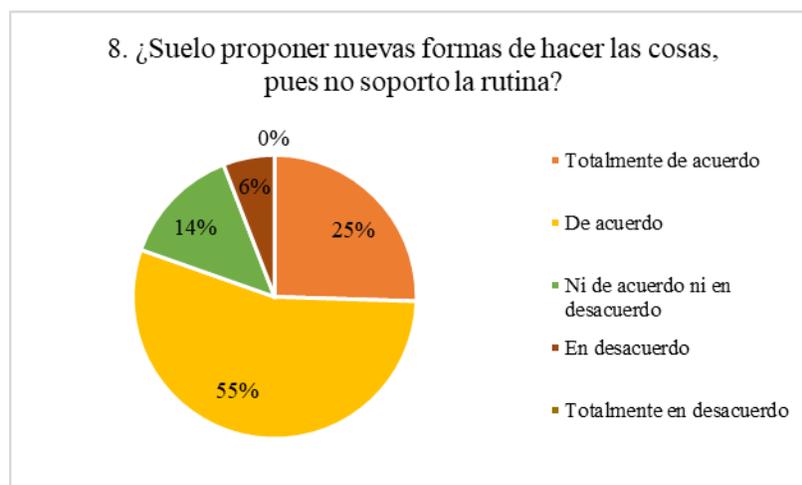


Figura 60 Porcentaje de innovación

Los estudiantes a partir de sus nuevas formas de hacer las cosas consideran en gran mayoría que no soportan la rutina, ya que el 55% está de acuerdo, el 25% está totalmente de acuerdo, el 14% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 6% en desacuerdo.

Tolerancia

9. ¿Consigues mantenerte tranquilo incluso en aquellas situaciones en la que te sientes evaluado por los demás?		
Totalmente de acuerdo	7	14%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	31%
En desacuerdo	3	6%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

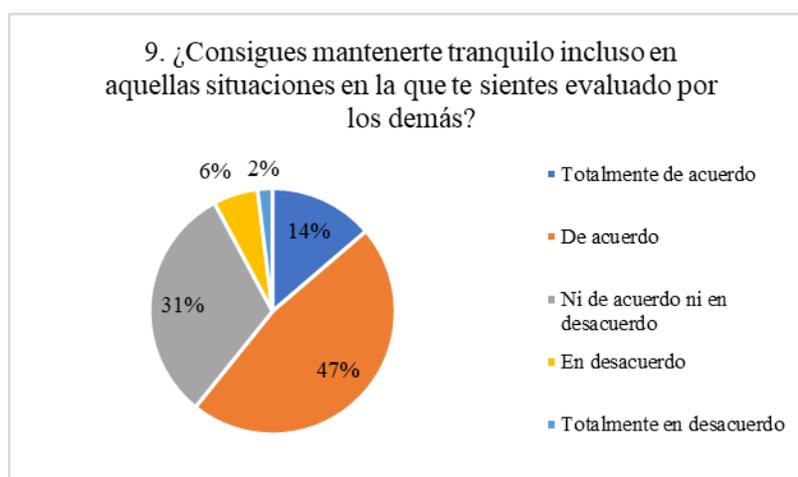


Figura 61 Porcentaje de tolerancia

Del total de los encuestados gran mayoría consigue mantenerse tranquilos en aquellas situaciones en las que se siente evaluados por los demás, debido a que un 47% está de acuerdo y el 14% totalmente de acuerdo. Por otra parte, el 31% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6% está en desacuerdo y por último un 2% en totalmente desacuerdo, esto debido a que no consiguen mantenerse tranquilos ante dicha situación.

10. ¿Te resulta fácil ponerte en el lugar de otra persona a fin de entenderla?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	27	53%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	18%
En desacuerdo	5	10%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

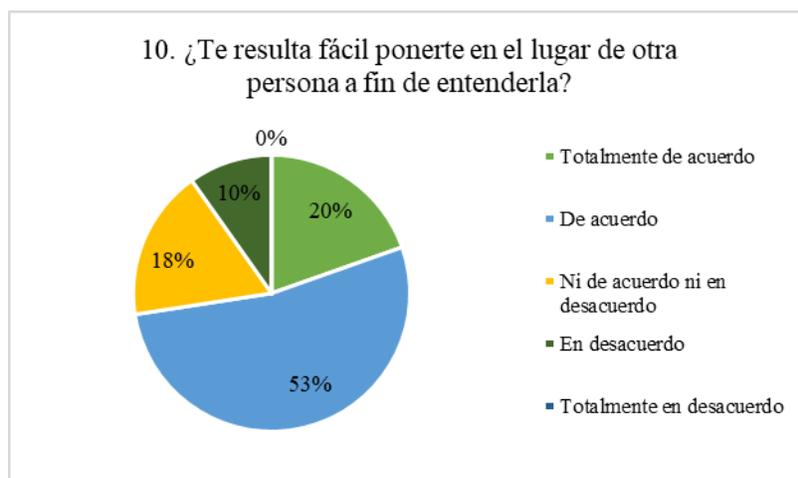


Figura 62 Porcentaje de tolerancia

A gran cantidad de los encuestados les resulta fácil ponerse en el lugar de otra persona a fin de entenderla, puesto que el 53% se encuentra de acuerdo y un 20% totalmente de acuerdo. Por otra parte, tan solo un 18% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 10% en desacuerdo ante dicha situación.

Perseverancia

11. ¿Estarías dispuesto hacer frente al fracaso con tal de ampliar tus horizontes?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	28	55%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	18%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

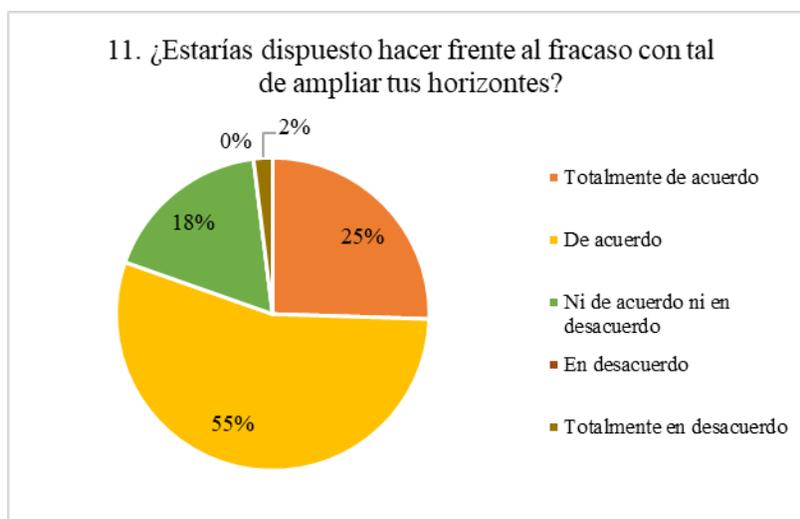


Figura 63 Porcentaje de perseverancia

Desde su formación los estudiantes consideran que estarían dispuestos hacer frente al fracaso con tal de ampliar sus horizontes, ya que el 55% está de acuerdo y el 25% totalmente de acuerdo. Así mismo, un 18% ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 2% en total desacuerdo.

12. ¿Te muestras firme y constante al momento de actuar?		
Totalmente de acuerdo	9	18%
De acuerdo	29	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24%
En desacuerdo	1	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

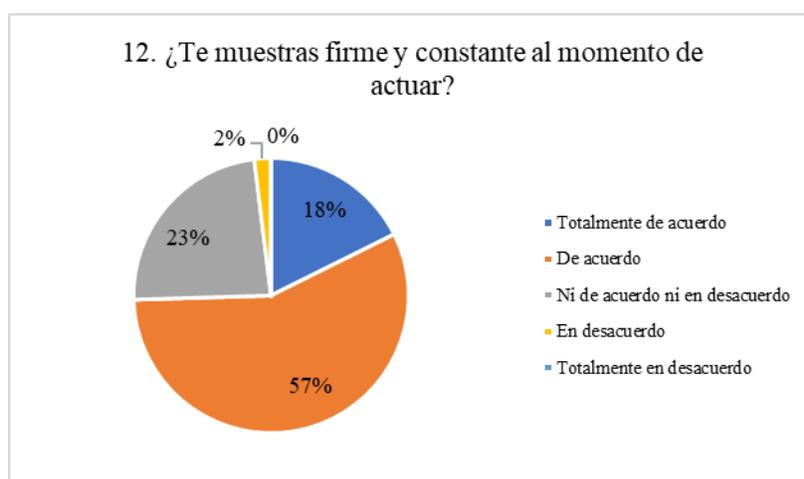


Figura 64 Porcentaje de perseverancia

Del 100% del total de los encuestados, el 57% está de acuerdo y el 18% totalmente de acuerdo, en mostrarse firmes al momento de actuar. El 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 2% en desacuerdo, ya que no se muestra firme ante dicha situación.

Autoconfianza

13. ¿Sientes tu espíritu aventurero?		
Totalmente de acuerdo	19	37%
De acuerdo	22	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	5	10%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%



Figura 65 Porcentaje de autoconfianza

El 43% de los estudiantes encuestados está de acuerdo y 37% está totalmente de acuerdo en sentir un espíritu aventurero. Por otra parte, un 10% está indeciso ya que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y por último un 10% está en desacuerdo ante dicha situación.

14. ¿Te sientes seguro de tus capacidades?		
Totalmente de acuerdo	20	39%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

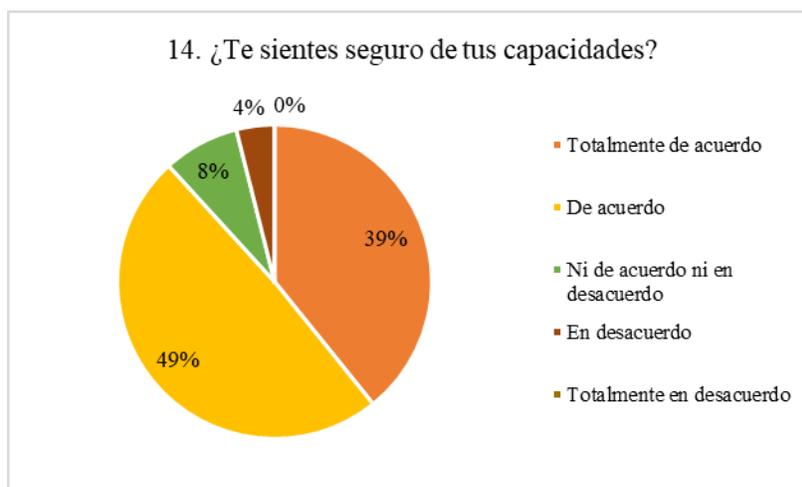


Figura 66 Porcentaje de autoconfianza

Como se puede observar en la gráfica el 49% está de acuerdo y el 39% totalmente de acuerdo, en sentirse seguro de sus capacidades. Sin embargo, el 8% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 4% en desacuerdo, información que nos indica que estos estudiantes no se sienten seguros de sus capacidades.

Asumir riesgos

15. ¿Me gustan más los desafíos que ponen a prueba mis habilidades que las cosas que hago con facilidad?		
Totalmente de acuerdo	22	43%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

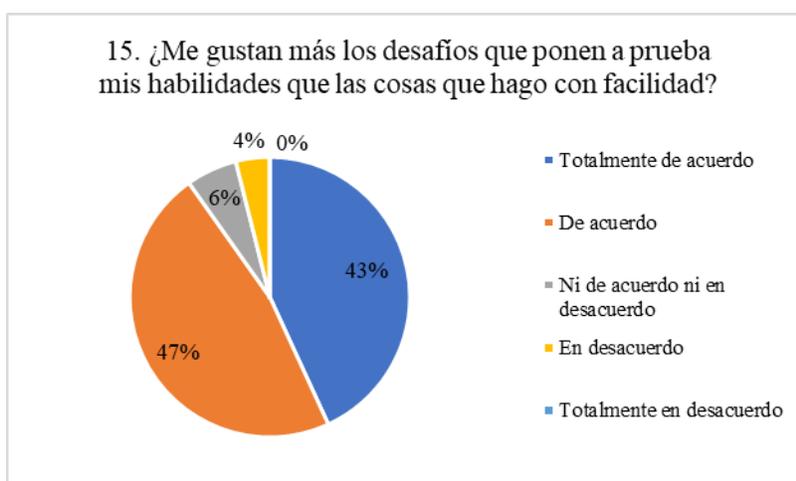


Figura 67 Porcentaje de asumir riesgos

De los estudiantes encuestados el 47% está de acuerdo y el 43% totalmente de acuerdo en que les gustan los desafíos que ponen a prueba sus habilidades más que las cosas que hacen con facilidad. Por el contrario, solo un el 6% se muestra indeciso ya que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, así mismo, un 4% está en desacuerdo ante dicha situación.

16. ¿Me gusta empezar nuevos proyectos que pueden ser arriesgados?		
Totalmente de acuerdo	15	29%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

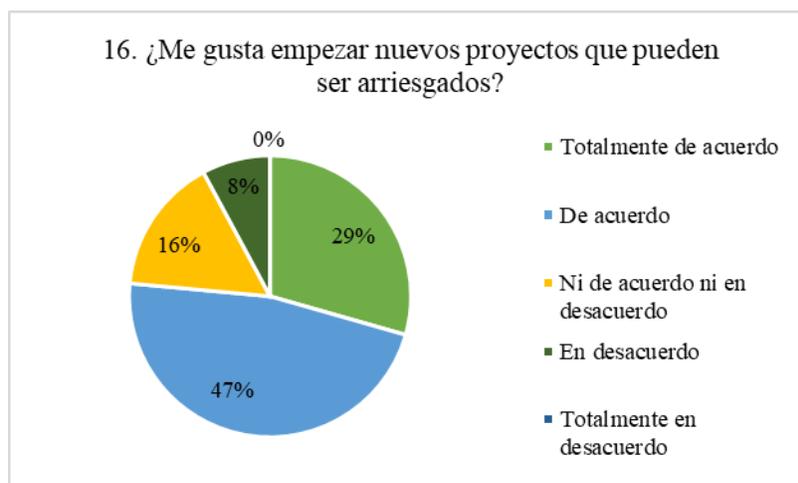


Figura 68 Porcentaje de asumir riesgos

La gran mayoría de los encuestados, considera que les gusta empezar nuevos proyectos, aunque puedan ser arriesgados, ya que el 47% está de acuerdo y el 29% totalmente de acuerdo. Sin embargo, un 16% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 8% está en desacuerdo.

Liderazgo

17. ¿Te resulta fácil designar tareas a los demás?		
Totalmente de acuerdo	12	24%
De acuerdo	28	55%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	18%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

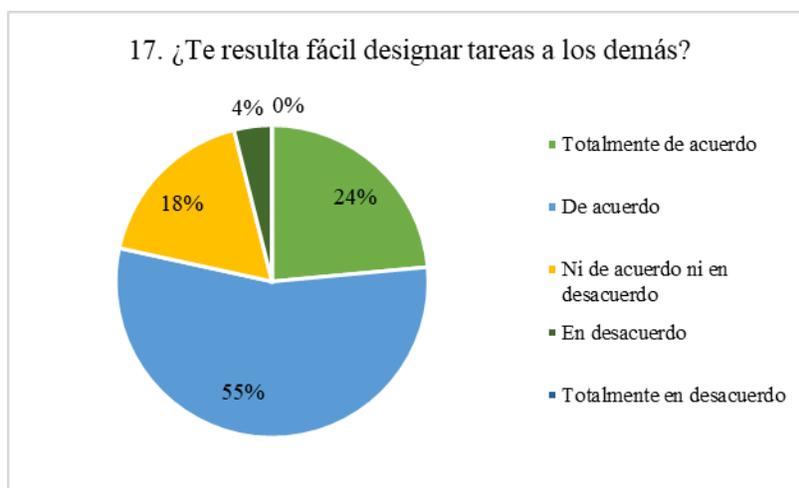


Figura 69 Porcentaje de liderazgo

Con respecto a los estudiantes encuestados el 55% está de acuerdo y el 24% totalmente de acuerdo en que les resulta fácil designar tareas a los demás, ya que se sienten con gran capacidad de liderar un equipo de trabajo. Así mismo, un 18% no se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 4% está en desacuerdo en presentar o tener esta iniciativa de designar tareas a los demás.

18. ¿Acostumbro a situarme en situaciones donde se ejerce cierta autoridad?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

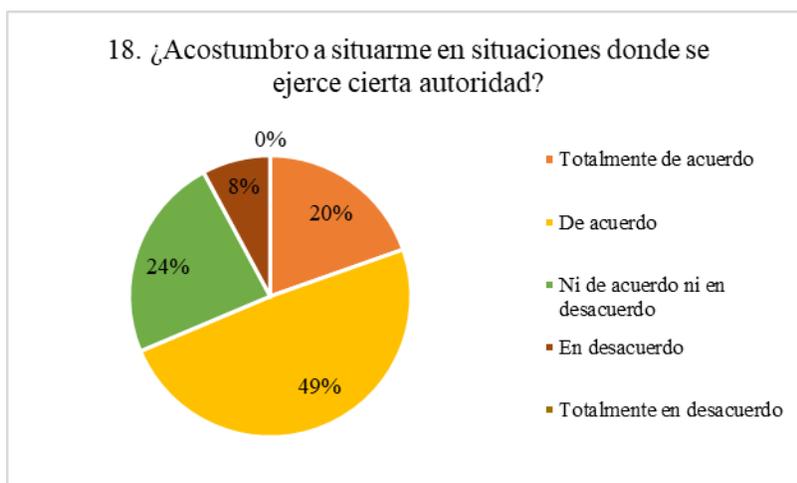


Figura 70 Porcentaje de liderazgo

Del total de los encuestados gran mayoría considera que se acostumbra a situarse en situaciones donde ejerce autoridad, debido a que presentan un porcentaje de 49% está de acuerdo y 20% totalmente de acuerdo. Así mismo, el 24% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 8% está en desacuerdo.

Proactividad

19. ¿Tiendes a ser una persona intuitiva?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	29	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	18%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

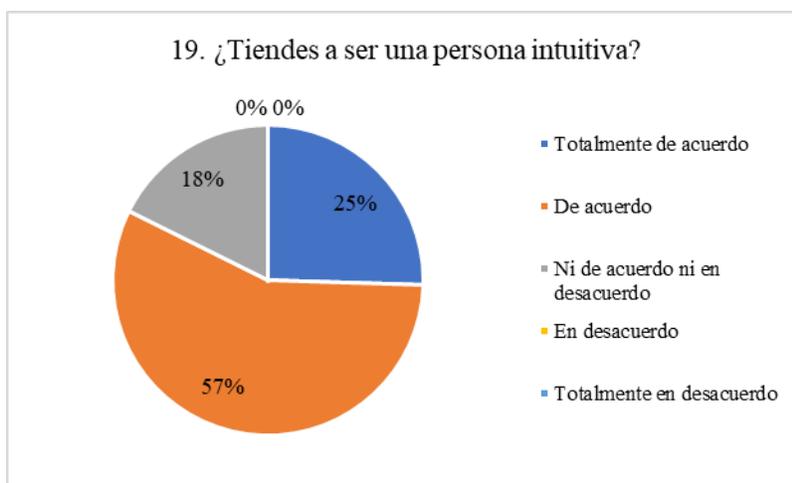


Figura 71 Porcentaje de proactividad

La gran mayoría de los encuestados tiende a ser una persona intuitiva ya que el 57% está de acuerdo y un 25% totalmente de acuerdo. Sin embargo, un 18% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

20. ¿Te gusta anticiparte a las situaciones nuevas de tu entorno?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	29	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	22%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

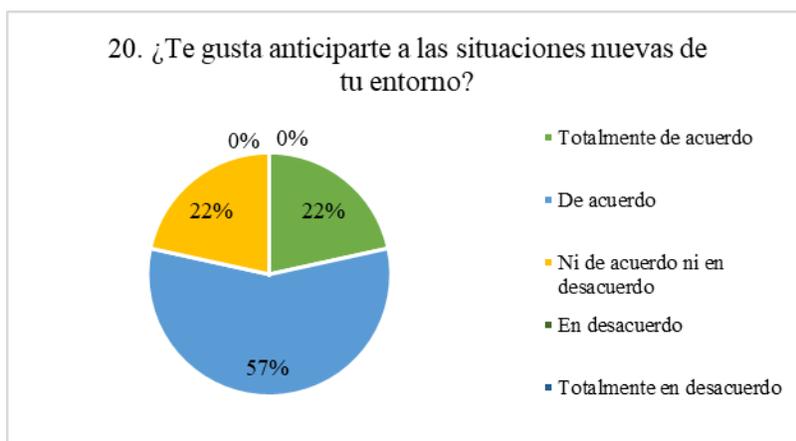


Figura 72 Porcentaje de proactividad

Los estudiantes encuestados consideran que les gusta anticiparse a las situaciones nuevas del entorno, puesto que la gran mayoría se encuentra de acuerdo con un 57% y totalmente de acuerdo con un 22%. Así mismo, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo un 22% ya que se muestran indecisos a la hora de anticiparse o no a las situaciones nuevas del entorno.

Eficacia

21. ¿Trabajas todo lo que haga falta para acabar los proyectos?		
Totalmente de acuerdo	23	45%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

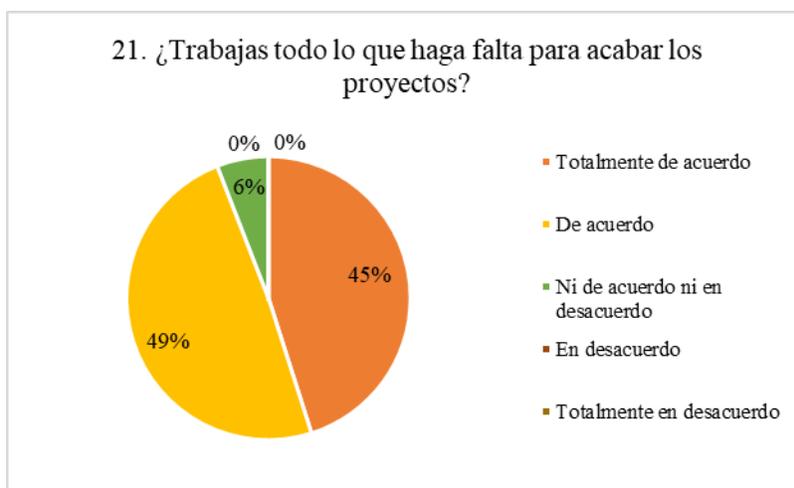


Figura 73 Porcentaje de eficacia

Desde su formación, gran cantidad de los encuestados consideran que trabajan en todo lo que haga falta para terminar sus proyectos, ya que un 49% está de acuerdo y un 45% totalmente de acuerdo. Por lo contrario, solo un 6% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

22. ¿Sueles cumplir los plazos que te fijas para realizar un trabajo?		
Totalmente de acuerdo	18	35%
De acuerdo	23	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

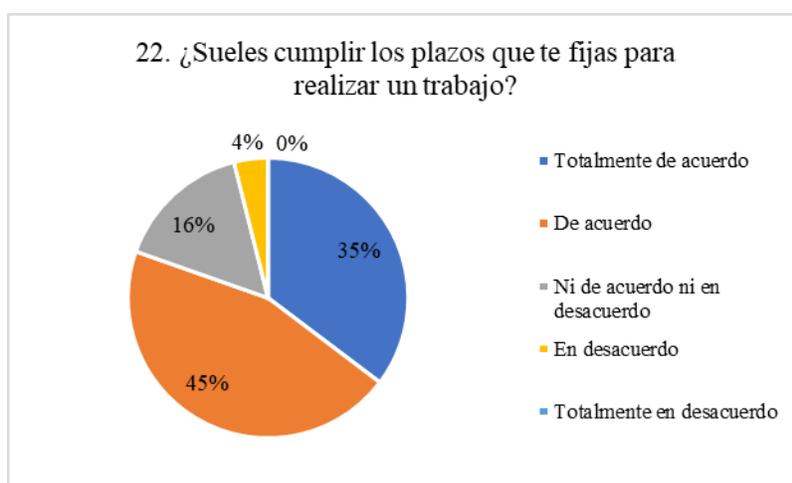


Figura 74 Porcentaje de eficacia

Del 100% de los encuestados el 45% está de acuerdo y el 35% totalmente de acuerdo, ya que suelen cumplir con los plazos que se fijan para la realización de un trabajo. Por otra parte, tan solo un 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 4% en desacuerdo, demostrando que no se fijan plazos para llevar a cabo sus trabajos.

Trabajo en equipo

23. ¿Escuchas a aquellas personas que te plantean nuevas ideas?		
Totalmente de acuerdo	23	45%
De acuerdo	22	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

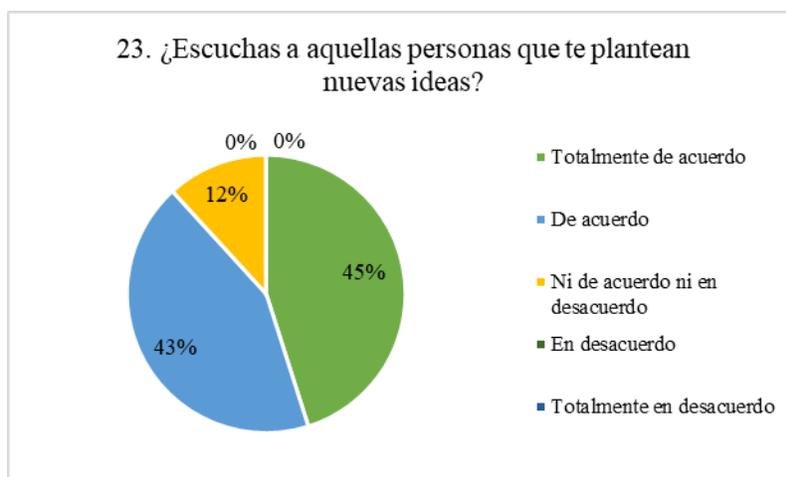


Figura 75 Porcentaje de trabajo en equipo

El 45% de los estudiantes encuestados está totalmente de acuerdo y el 43% de acuerdo en que escuchan a aquellas personas que les plantean nuevas ideas. Por lo contrario, tan solo el 12% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

24. ¿Frecuentemente te gusta trabajar solo?		
Totalmente de acuerdo	17	33%
De acuerdo	12	24%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	22%
En desacuerdo	9	18%
Totalmente en desacuerdo	2	4%
	51	100%

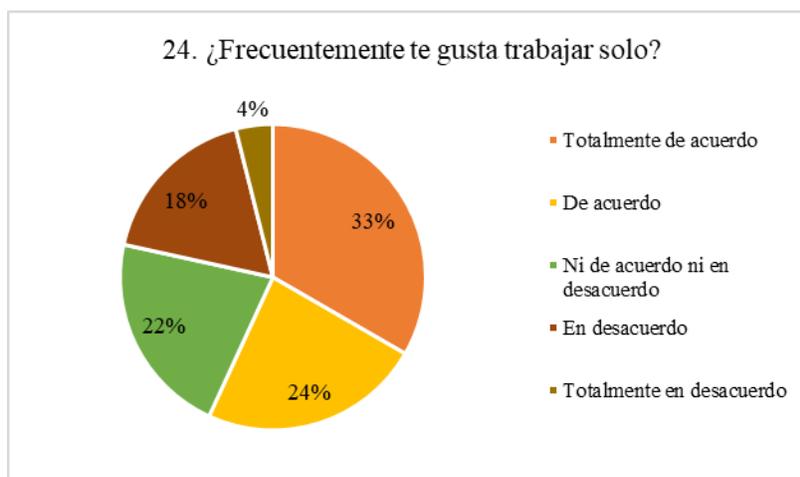


Figura 76 Porcentaje de trabajo en equipo

Como se puede observar en la gráfica el 33% está totalmente de acuerdo y 24% de acuerdo, en que les gusta trabajar frecuentemente solos. Así mismo, un 22% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, ya que no están seguros si les gusta la idea de trabajar o no solos y por último un 18% en desacuerdo y un 4% totalmente en desacuerdo, ya que no les gusta trabajar solos.

Sub-dimensión capacidad de respuesta

Aprovecha oportunidades

25. ¿Le entusiasma la idea de desarrollar nuevos proyectos?		
Totalmente de acuerdo	24	47%
De acuerdo	22	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

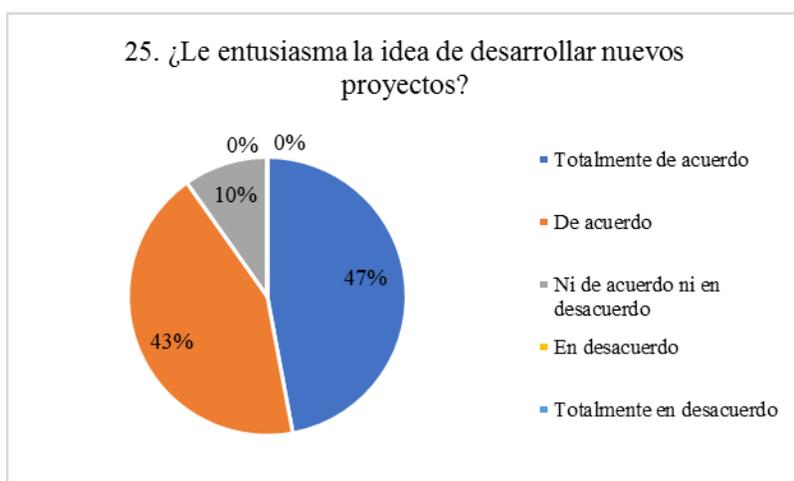


Figura 77 Porcentaje de aprovecha oportunidades

Según la gráfica el 47% de los estudiantes considera estar totalmente de acuerdo en desarrollar nuevas ideas, igualmente el 43% está de acuerdo y tan solo 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

26. ¿Reconoce los problemas como oportunidades para mejorar?		
Totalmente de acuerdo	19	37%
De acuerdo	29	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%



Figura 78 Porcentaje de aprovecha oportunidades

La gráfica representa que el 57% de los estudiantes encuestados está de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo, considerando que los estudiantes entienden que un problema se puede representar como una oportunidad, tan solo un 6% de los estudiantes no están ni acuerdo ni en desacuerdo.

Solución de problemas

27. ¿Si existe algo considerado difícil de hacer, intentas hallar la manera de hacerlo?		
Totalmente de acuerdo	17	33%
De acuerdo	29	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

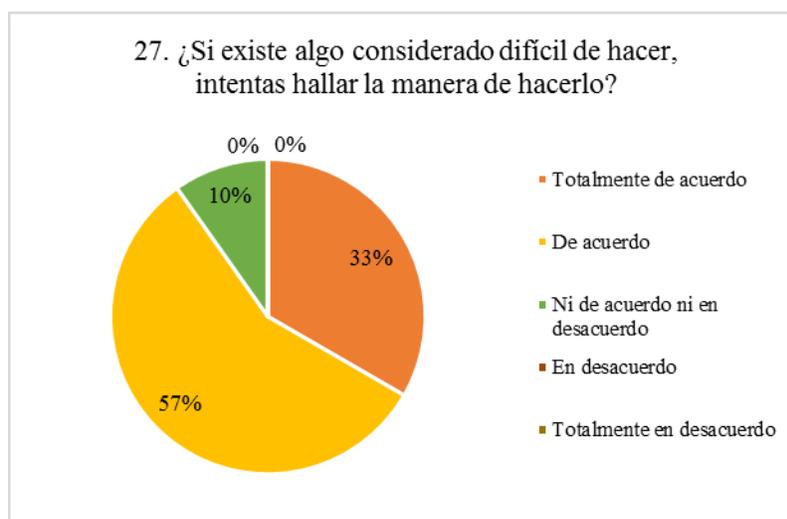


Figura 79 Porcentaje de solución de problemas

El 57% de los encuestados respondieron estar de acuerdo, el 33% considera estar totalmente de acuerdo, lo cual significa que un gran porcentaje cree que es importante persistir para encontrar soluciones ante las situaciones difíciles, tan solo un 10% se mostraron indecisos estando ni de acuerdo ni en desacuerdo.

28. ¿Resulta fácil para ti encontrar variedad de soluciones a un mismo problema?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	30	59%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

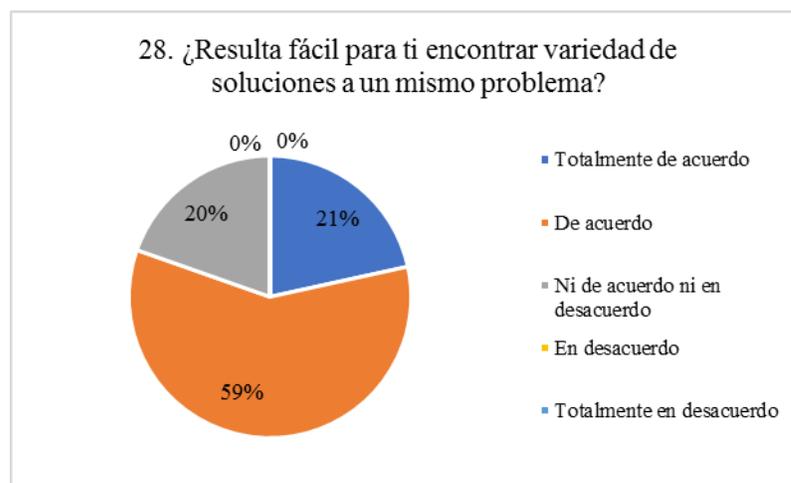


Figura 80 Porcentaje de solución de problemas

Los estudiantes consideran con 59% estar de acuerdo y 21% totalmente de acuerdo para encontrar variedad de soluciones a un mismo problema, por otra parte, un 20% dice estar ni en acuerdo ni en desacuerdo.

Toma de decisiones

29. ¿Te sientes predispuesto para asumir riesgos?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	27%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

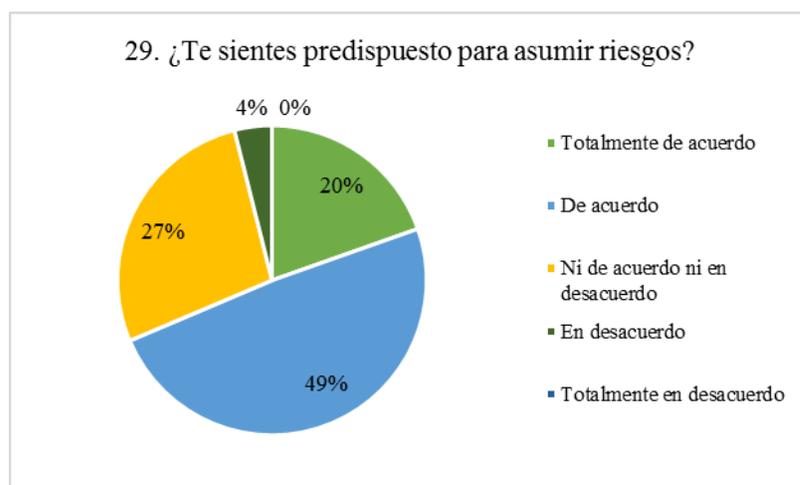


Figura 81 Porcentaje de toma de decisiones

Según la gráfica el 49% está de acuerdo, 20% totalmente de acuerdo en cuanto a sentirse dispuestos a asumir riesgos, el 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mostrándose indecisos al momento asumir riesgos.

30. ¿Tomar una decisión importante requiere de un acto exclusivamente racional, puesto que hay que pensar mucho?		
Totalmente de acuerdo	12	24%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

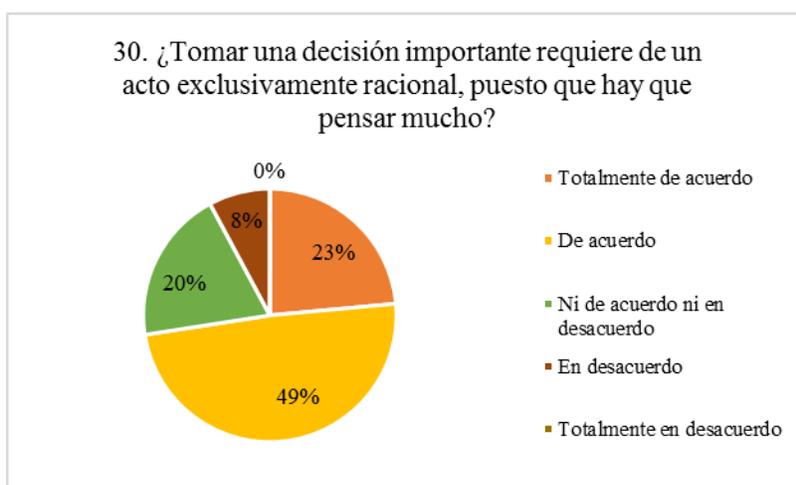


Figura 82 Porcentaje de toma de decisiones

Según la gráfica el 49% está de acuerdo y un 23% totalmente de acuerdo, representado cifras significativas en cuanto a las demás respuestas, donde se evidencia que los estudiantes consideran que es importante pensar, antes de tomar una decisión. Por otra parte, el 20% piensa que no están de acuerdo ni en desacuerdo, dado que existen situaciones donde no hay que pensar mucho, a su vez que tan solo un 8% está en desacuerdo.

Dimensión Barreras del emprendimiento

Sub-dimensión Internas

Recursos económicos

31. ¿En toda negociación siempre hay una parte ganadora y otra perdedora?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	9	18%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	41%
En desacuerdo	7	14%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%



Figura 83 Porcentaje de recursos económicos

Según los resultados el 41% de los estudiantes consideran no estar de acuerdo ni en desacuerdo, en cambio un 25% están totalmente de acuerdo y un 18% de acuerdo, a que, si existe una parte que gana y otra que pierde, así como el 14% en desacuerdo y el 2% totalmente en desacuerdo.

32. ¿La inversión de dinero en un negocio siempre es una opción amenazante en el tema de emprendimiento?		
Totalmente de acuerdo	11	22%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	6	12%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

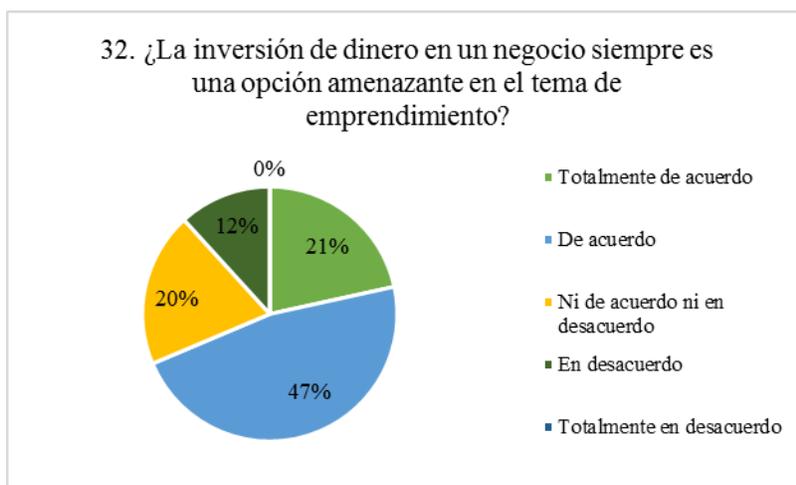


Figura 84 Porcentaje de recursos económicos

El 47% de acuerdo y el 21% totalmente de acuerdo consideran que la inversión de dinero en un negocio siempre es una opción amenazante en el tema de emprendimiento, por otra parte, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan solo un 21% en desacuerdo y el 12% en total desacuerdo.

Cultura de emprendimiento

33. ¿Si tengo que presentar mi proyecto en público lo paso muy mal?		
Totalmente de acuerdo	4	8%
De acuerdo	14	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	25%
En desacuerdo	13	25%
Totalmente en desacuerdo	7	14%
	51	100%

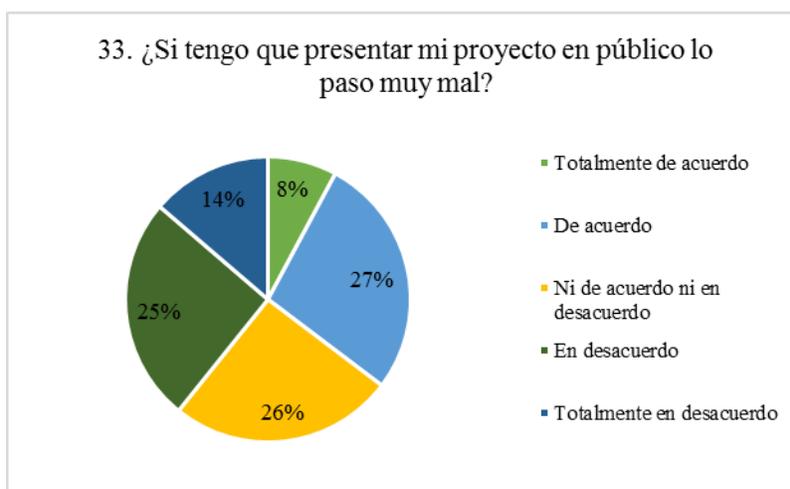


Figura 85 Porcentaje de cultura de emprendimiento

Según la gráfica el 27% está de acuerdo y 8% totalmente de acuerdo en sentir temor de presentar un proyecto al público, así mismo el 26% consideran estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte, el 25% se mostró en desacuerdo y un 14% en total desacuerdo.

34. ¿Después de tomar una decisión me preocupa que no sea la mejor?		
Totalmente de acuerdo	8	16%
De acuerdo	23	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	29%
En desacuerdo	4	8%
Totalmente en desacuerdo	1	2%
	51	100%

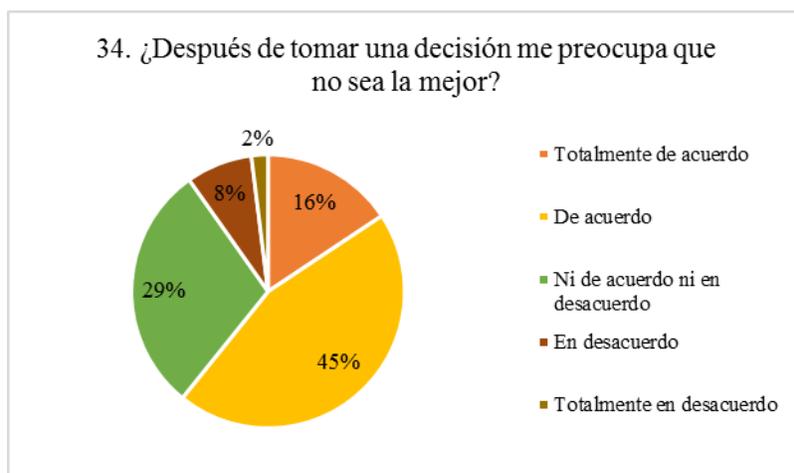


Figura 86 Porcentaje de cultura de emprendimiento

Según los encuestados el 45% de acuerdo y el 16% totalmente de acuerdo consideran que se sentirían preocupados si no toman una buena decisión, en cambio un 29% ni de acuerdo ni en desacuerdo, solo el 8% está en desacuerdo y el 2% en total desacuerdo.

Sub-dimensión Externas

Competencia

35. ¿Consideras que existe mucha competencia en el mercado que minimizan la oportunidad de emprender?		
Totalmente de acuerdo	17	33%
De acuerdo	18	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20%
En desacuerdo	6	12%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

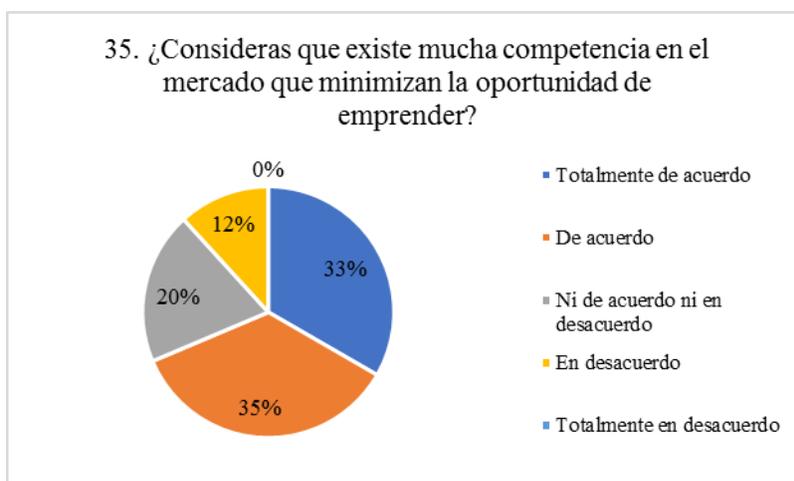


Figura 87 Porcentaje de competencia

Un porcentaje significativo según la gráfica refleja que el 33% de los encuestados están totalmente de acuerdo, y un 35% de acuerdo, de tal manera que los estudiantes consideran que la competencia que existe en el mercado puede minimizar sus oportunidades de emprender, en tanto un 20% se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, y un 12% en desacuerdo.

36. ¿Crees que tu empresa generaría gran impacto en el mercado?		
Totalmente de acuerdo	15	29%
De acuerdo	29	57%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

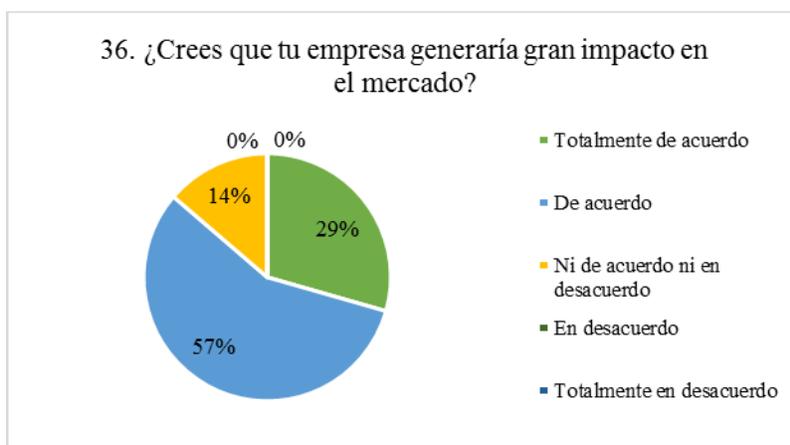


Figura 88 Porcentaje de competencia

La mayoría de los estudiantes consideran que al emprender su empresa tendría gran impacto en el mercado ya que el 57% está de acuerdo y el 29% en total acuerdo, por otra parte, tan solo el 14% se encuentra ni en acuerdo ni en desacuerdo, y un 2%.

Visión o perspectiva de otros

37. ¿Mis amig@s me ven como alguien que conseguirá el éxito algún día?		
Totalmente de acuerdo	19	37%
De acuerdo	22	43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	2	4%
	51	100%

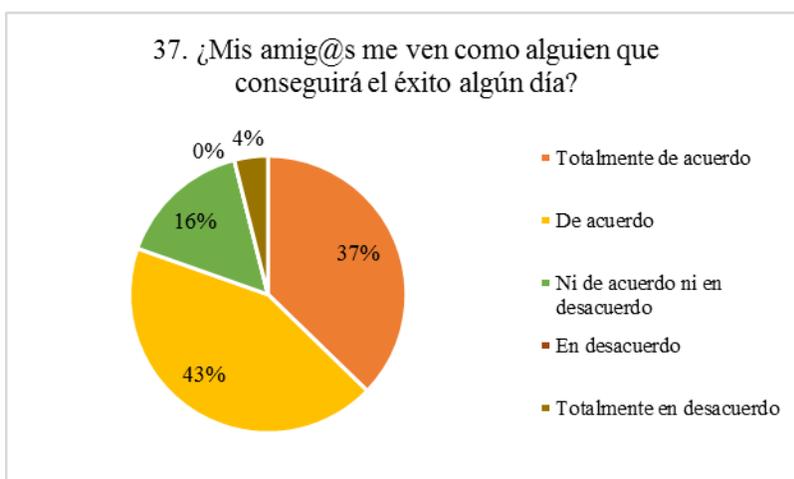


Figura 89 Porcentaje de visión o perspectiva de otros

Los estudiantes consideran que sus amigos sí los ven como personas que puedan conseguir el éxito ya que el 43% está de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo, el 16% se encuentra indecisos estando ni en acuerdo ni en desacuerdo respecto a la perspectiva o visión que tienen sus amigos respecto a ellos, por otra parte, el 4% están totalmente en desacuerdo.

38. ¿Existe apoyo por parte de mis familiares a la hora de querer emprender?		
Totalmente de acuerdo	24	47%
De acuerdo	17	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	3	6%
	51	100%

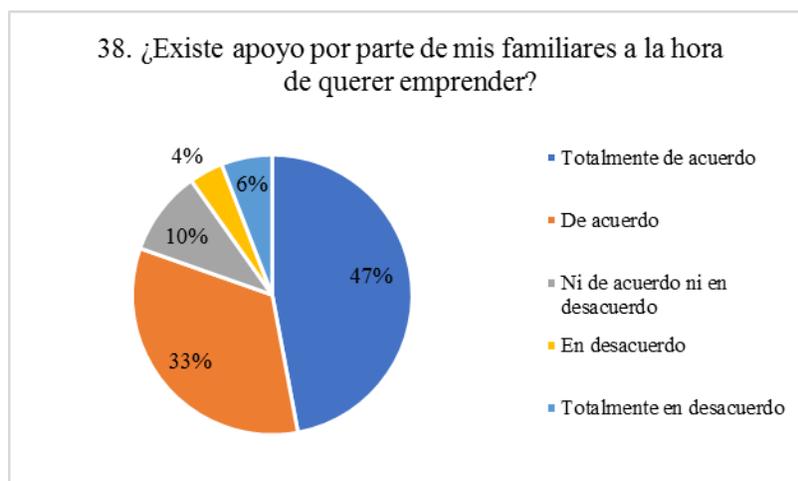


Figura 90 Porcentaje de visión o perspectiva de otros

Un gran porcentaje considera que tienen el apoyo de sus familiares a la hora de generar ideas que permitan emprender y crear empresas dado que el 47% totalmente de acuerdo y el 33% de acuerdo, un 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4% en desacuerdo y 6% en total desacuerdo.

Dimensión Percepción del perfil emprendedor

Sub-dimensión espíritu emprendedor propio

Abrazar la innovación (idea de negocio)

39. ¿Consideras que tienes facilidad para emprender nuevas ideas en campos de acción de que te lleven al éxito?		
Totalmente de acuerdo	19	37%
De acuerdo	25	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

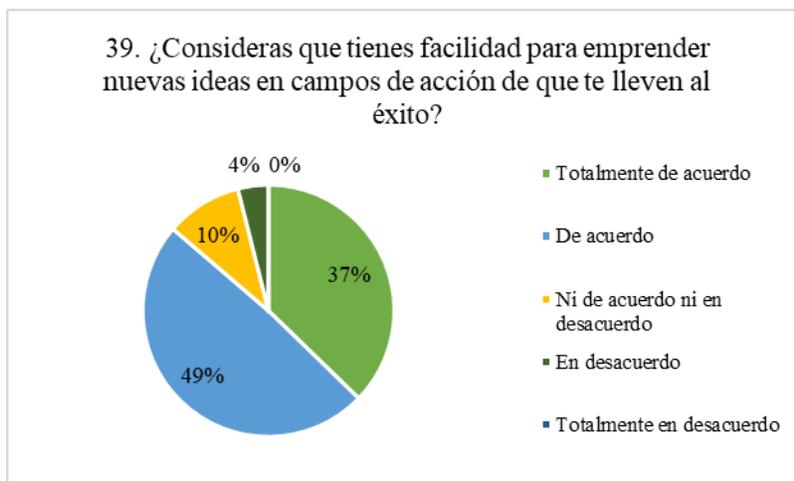


Figura 91 Porcentaje de abrazar la innovación

El 49% de los encuestados están de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo donde encuentran que, si tienen la facilidad para emprender ideas en campos de acción que los conlleven al éxito, un 10% ni en acuerdo ni en desacuerdo mostrándose indecisos, y un 4% en desacuerdo.

40. ¿Acostumbro apropiarme de las ideas que me propongo?		
Totalmente de acuerdo	17	33%
De acuerdo	27	53%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

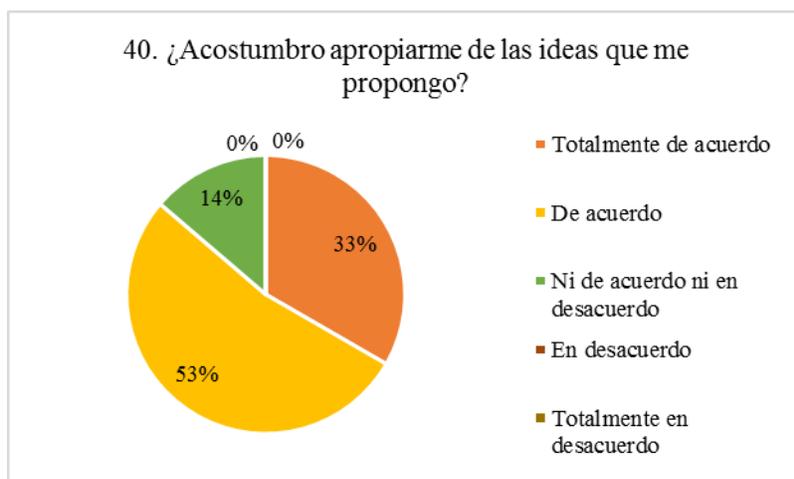


Figura 92 Porcentaje de abrazar la innovación

Según el gráfico los estudiantes consideran que apropiarse de las ideas que se plantean, dado que el 53% está de acuerdo, así mismo el 33% está totalmente de acuerdo, por otra parte, el 14% ni en acuerdo ni en desacuerdo.

Definir bien los objetivos del negocio

41. ¿Tienes claros los objetivos en tu cabeza cuando quieres algo?		
Totalmente de acuerdo	21	41%
De acuerdo	23	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%



Figura 93 Porcentaje de definir bien los objetivos del negocio

Según la gráfica los estudiantes consideran que tienen claro los objetivos cuando una idea surge por sus mentes, dado que el 45% mostro estar de acuerdo y el 41% totalmente de acuerdo, por otra parte, un 10% ni en acuerdo ni en desacuerdo, un 4% dice estar en desacuerdo.

42. ¿Cuándo hago planes para hacer algo, casi siempre hago lo que he planeado?		
Totalmente de acuerdo	10	20%
De acuerdo	33	65%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

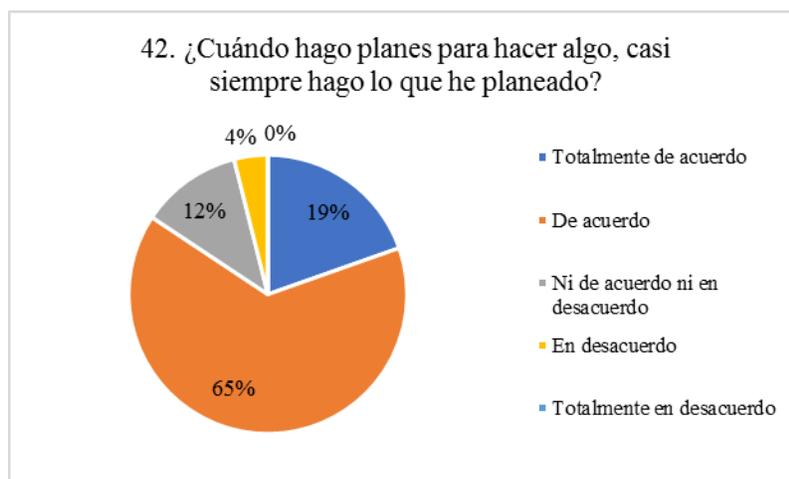


Figura 94 Porcentaje de definir bien los objetivos del negocio

Según la gráfica una gran cifra de estudiantes refleja que el 65% está de acuerdo, un 19% totalmente de acuerdo, considerando que sí siguen los pasos que han proyectado hacer ante un plan anteriormente dicho, un 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo, siendo estudiantes que a veces si hacen lo que planean y otras no, por otra parte, un 4% está en desacuerdo.

Sub-dimensión espíritu emprendedor conforme al entorno social

Conocimiento del mercado

43. ¿Se interesa por mantenerse informado de los cambios que surgen dentro de los diferentes mercados?		
Totalmente de acuerdo	12	24%
De acuerdo	33	65%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

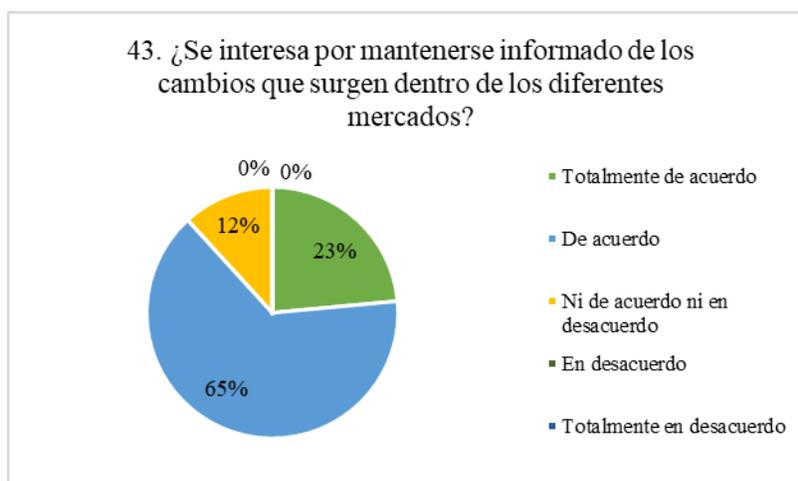


Figura 95 Porcentaje de conocimiento del mercado

En gran cifra 65% de acuerdo, y el 23% totalmente de acuerdo, son estudiantes que se interesan en mantenerse informado ante los cambios que surgen en el mercado. Tan solo un 12% muestran estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

44. ¿Busca emprender para generar empleabilidad y desarrollo dentro de su municipio?		
Totalmente de acuerdo	20	39%
De acuerdo	24	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	2	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

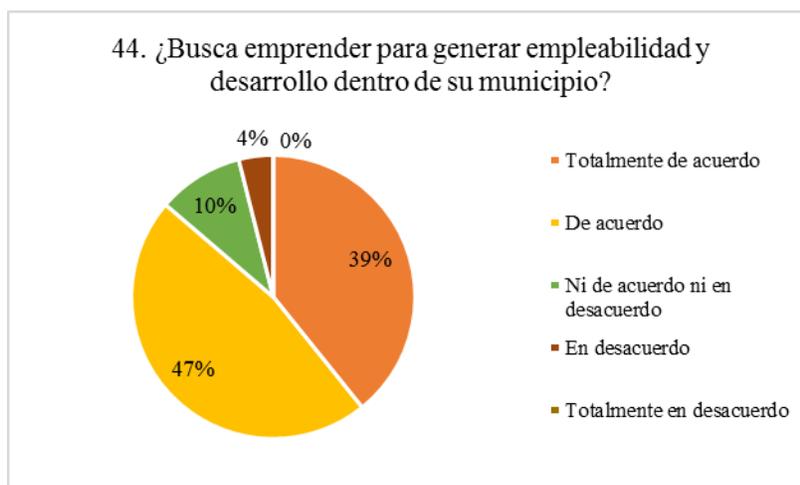


Figura 96 Porcentaje de conocimiento del mercado

Según la gráfica el 47% de acuerdo y el 39% totalmente de acuerdo reflejando que los estudiantes buscan emprender para generar empleabilidad y desarrollo, por otra parte, el 10% ni en acuerdo ni en desacuerdo, y el 4% considera estar en desacuerdo.

Identificar oportunidades

45. ¿Resulta de su interés el conocer las oportunidades que actualmente presentan los diferentes mercados a la hora de emprender?		
Totalmente de acuerdo	13	25%
De acuerdo	33	65%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
	51	100%

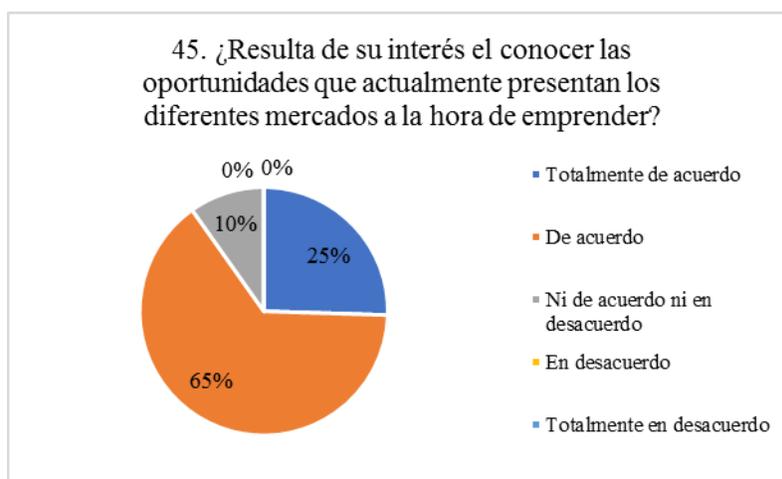


Figura 97 Porcentaje de identificar oportunidades

El 65% de los estudiantes pertenecientes a los últimos semestres están de acuerdo y el 25% está totalmente de acuerdo a que es importante conocer las oportunidades que brinda el mercado, un 10% muestra estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

46. ¿Consideras que tu idea de negocio es muy redundante en el mercado actual?		
Totalmente de acuerdo	9	18%
De acuerdo	18	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	27%
En desacuerdo	8	16%
Totalmente en desacuerdo	2	4%
	51	100%

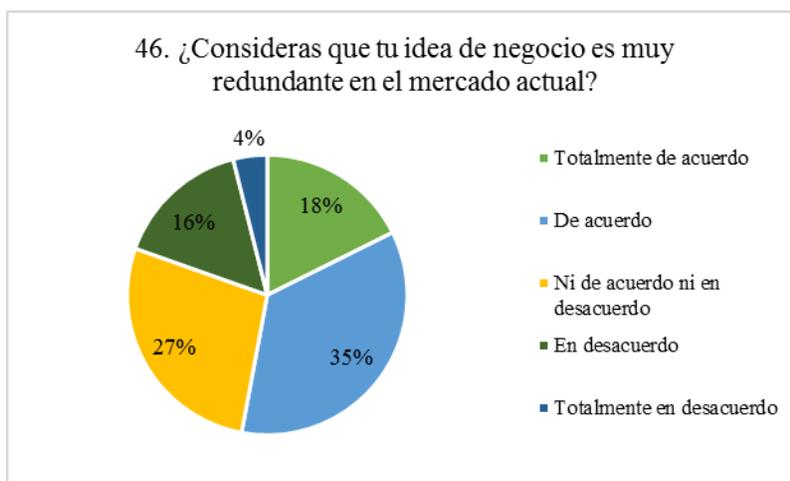


Figura 98 Porcentaje de identificar oportunidades

Según cifras se puede observar que el 35% está de acuerdo que sus ideas les parecen redundantes, así mismo el 18% de los estudiantes dicen estar totalmente de acuerdo, un 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte, el 16% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo de tal manera que consideran que la idea de negocio que se plantean puede resultar atractiva para el mercado.

3.7 Análisis general de la información

El estudio se conformó por un total de 102 estudiantes del programa de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad de Pamplona; de los cuales, 53% corresponden al género femenino y 49% del sexo masculino. Sus edades oscilan entre los 17 años hasta más de 30; teniendo que la mayoría de estos estudiantes, se ubican en los rangos de edades; en los primeros semestres, entre los 17-20 años con 82% y en los últimos semestres, entre los 20 y 25 años, en igual número porcentual.

Se encontró, en quienes conformaron la muestra, que solo hay 3 estudiantes con una edad superior a 25 años; es decir, lo correspondiente a una cifra porcentual de 2%; indicativo a que estos futuros emprendedores, se constituyen en un gran número de personas jóvenes, entre los 17-25 años de edad.

Con respecto a la primera variable del estudio, relacionada con las *características emprendedoras*, referente a los **conocimientos técnicos** con los que cuentan los estudiantes de Administración de Empresas, el indicador de **formación profesional** muestra que, en su gran mayoría, los estudiantes se consideran profesionalmente capacitados o formados en lo que saben hacer; lo que facilita en ellos, grandes oportunidades para comenzar un proyecto de emprendimiento. Situación que se refleja, en los resultados de los estudiantes tanto de los primeros semestres con un porcentaje de un 85% y de los últimos semestres con un porcentaje de 88% del total de respuestas. De igual modo, un alto porcentaje de opiniones de los estudiantes de los

primeros semestres y últimos semestres (98%), consideran importante, recibir información acerca de diversos temas que resulten pertinentes con su visión de futuro en el emprendimiento.

Ahora bien, con respecto a lo relacionado al indicador **dirección, administración o coordinación** refleja que un 84% de los estudiantes del primer semestre y un 88% de los últimos semestres expresan sentirse profesionalmente preparados para emprender acciones hacia la creación de una empresa o negocio, en el que podrían poner en práctica y desarrollo sus capacidades y habilidades emprendedoras. De igual modo, un 76% de los estudiantes de primer semestre y un 81% de los últimos semestres, consideran que es importante planificar acciones que les permita llevar a cabo el desarrollo de un proyecto.

Por otra parte, la sub – variable de habilidades personales, referente al indicador de creatividad refleja que existe una gran tendencia de estudiantes, tanto de los de los primeros semestres como de los últimos, quienes afirman tener tantas ideas que no saben a cuál realmente dedicarse; lo que resulta un tanto alarmante; principalmente en aquellos estudiantes que se encuentran próximos a egresar de la universidad; no obstante, llama la atención, que exista un número representativo de estudiantes del 37% quienes se muestran indecisos en este aspecto. De igual modo, 79% de los estudiantes de ambos grupos, manifiestan agradecerles hacer cosas novedosas o poco convencionales; de lo que afirma, que tienen amplia facilidad para crear e innovar; aunque tal y como se destacó antes, es de inquietarse, por aquellos 11 estudiantes, que, aunque no sean muchos, se muestran indecisos en qué ideas poner en práctica al momento de emprender, ya que están por salir de la universidad.

En cuanto a la habilidad de **innovación**, la mayor tendencia de respuestas es de 69%; es decir 70 estudiantes; de ambos semestres se consideran personas innovadoras a la hora de emprender. Igualmente se tiene, que la mayor incidencia de respuestas es del 79%; en ambos grupos de estudiantes, haciendo referencia a la capacidad que la mayoría de estos tienen, para proponer nuevas formas de hacer las cosas, debido a que no soportan llevar una vida rutinaria. Esto se corresponde, con los resultados reflejados anteriormente, en los que se indicaron, que los estudiantes de la carrera de administración de empresas, muestran gran fluidez de ideas innovadoras; y que, por tal razón, se les dificulta tomar decisiones precisas para seleccionar en qué área emprender.

Sobre el tema de la **tolerancia**, como característica o habilidad personal del emprendedor, se tiene que la mayor parte de los estudiantes de los últimos semestres presentan un 61% y los primeros semestres un 49%, lo que asegura que los estudiantes de los últimos semestres se mantienen tranquilos ante situaciones en las que se sienten evaluados por las demás personas. Por otra parte, se aprecia que ambos grupos se les facilita ponerse en el en el lugar de otra persona, a fin de comprender su punto de vista; lo que denota en ellos, un alto grado de empatía hacia el prójimo.

Ahora bien, con respecto a la **perseverancia**, ambos grupos presentan que estarían dispuestos a hacer frente a las situaciones de fracaso, con tal de ampliar sus horizontes hacia el emprendimiento. Por otra parte, ambos grupos se muestran firmes y constantes al momento de actuar en determinadas situaciones y apenas un 48% de estos estudiantes, parecen no estar tan seguros de actuar con firmeza y constancia ante situaciones.

En los resultados relacionados con la **autoconfianza**, se observa que los estudiantes de primer semestre tienden a sentirse con un gran espíritu aventurero con un porcentaje del 86%, habilidad que está mayormente presente en los mismos. Situación similar que se presenta, cuando la mayoría de estudiantes de primer semestre 92% manifiestan estar seguros de sus capacidades emprendedoras a diferencia de los estudiantes de último semestre.

En el caso de **asumir riesgos**, la mayor parte de los estudiantes de último semestre 90% opinan que les gusta más aquellos desafíos que ponen a prueba sus habilidades, que las cosas que hacen con facilidad; todo lo cual demuestra tienden a luchar hasta alcanzar sus propósitos; aunque ello implique, asumir altos retos, situación que demuestra que están mejor preparados para emprender su negocio o empresa. Sin embargo, una minoría del 6% se muestran inseguros de actuar ante desafíos o grandes retos. Los estudiantes de primeros semestres con un 82% también demuestran tener la capacidad de asumir riesgos, pero sin embargo en los estudiantes de últimos semestres, se ve más reflejado.

Ahora bien, con respecto al **liderazgo**, existe una mayor tendencia de respuestas del 79%, en la que los estudiantes de últimos semestres se les facilita designar tareas a los demás; sin embargo, para los estudiantes de primer semestre el 32% se muestran inseguros o simplemente no se creen con la habilidad de asumir un rol de liderazgo y para los estudiantes de últimos semestres el 22% no se consideran con la habilidad para liderar. Así mismo, los resultados reflejan que ambos grupos de estudiantes prefieren situarse, en situaciones donde se ejerza o se tenga cierto poder o autoridad.

En cuanto a la **proactividad** de los estudiantes de los últimos semestres 82% se consideran personas intuitivas o que posee una sensibilidad para prever lo que pueda suceder a diferencia de los estudiantes de primeros semestres, donde solo el 67% se consideran personas intuitivas; sin embargo, hay un número significativo de ambos grupos de estudiantes (26), estar opuestos a esta opinión. Así mismo, ambos grupos de estudiantes 79% coinciden en asegurar que les gusta anticiparse a situaciones nuevas dentro de su entorno y al restante 46% de los estudiantes, no les agrada tomar la delantera ante los acontecimientos o situaciones. sin estar totalmente seguros de lo pueda suceder.

La **eficacia**, tiende a tener mayor predominio en los estudiantes de últimos semestres 94% dado a que son personas que se dedican a trabajar todo lo que haga falta, a fin de concretar los proyectos planteados. Así mismo, sigue predominando la habilidad de eficacia en los estudiantes de últimos semestres 80% ya que aseguran ser de aquellas personas que suelen ser eficientes al cumplir con los plazos fijados, durante la ejecución de sus trabajos.

En cuanto a la habilidad de **trabajar en equipo**, se aprecia ambos grupos de los estudiantes 85%, aseguran tener interés por escuchar a aquellas personas que plantean nuevas ideas, a fin de dar una mayor amplitud a su proyecto de emprendimiento. Esto principalmente se advierte, en quienes pertenecen a los últimos semestres y están próximos a egresar de la universidad. Por el contrario, 15 de estos estudiantes, denotan indiferencia hacia dicha postura o simplemente reconocen no estar de acuerdo con permitir la participación u opiniones de otras personas en su plan de emprendimiento. Así mismo, ambos grupos de estudiantes 57% manifiestan su grado de trabajar con frecuencia solos y el restante número de estudiantes 87% prefieren hacerlo en equipo.

En la sub – variable de **capacidad de respuesta**, para la habilidad de **aprovechar oportunidades** los resultados reflejan que los dos grupos tienen una alta tendencia a asegurar que son entusiastas con la idea de desarrollar nuevos proyectos. El 90% de los estudiantes de primer semestre y el 94% de los últimos semestres reconocen los problemas como oportunidades para mejorar; es decir, se les hace fácil captar oportunidades para emprender.

Para la **solución de problemas** ambos grupos (primero y últimos semestres); muestran la existencia de un gran impulso de avanzar en sus propósitos, aun cuando se les presenten dificultades u obstáculos en el camino. Esta última afirmación coincide cuando al consultarles sobre si les resulta fácil encontrar variedad de soluciones a un mismo problema; el 67% de los estudiantes de primer semestre y el 80% de los estudiantes de los últimos semestres consideran importante hallar variedad de alternativas en la solución de un mismo problema, demostrando así que los estudiantes de los últimos semestres son más hábiles a la hora de solucionar problemas.

En la **toma de decisiones** se aprecia, que el mayor número de estudiantes; principalmente los que pertenecen a los primeros semestres, coinciden en afirmar en un 80%, que se sienten dispuestos para asumir riesgos; lo que resulta mayor, teniendo a consideración la opinión de los estudiantes de últimos semestres con un 69%; así mismo, el 31% de los estudiantes de último semestre no están seguros de cómo actuarían, ante una situación riesgosa que implique tomar decisiones acertadas y oportunas. De igual modo, el 92% se inclinan en responder, que tomar una decisión importante, requiere de un acto exclusivamente racional, puesto que hay que pensar mucho al respecto. Afirmación que mayormente se aprecia, en quienes están en los primeros semestres de la carrera de Administración de Empresas.

En cuanto a la variable **barreras del emprendimiento**, en la sub-variable **barreras internas**, en cuanto a los **recursos económicos** se tiene que según los resultados obtenidos que el 66% de los encuestados de primer semestre señalan que en toda negociación siempre hay una parte ganadora y otra perdedora; sin embargo, llama la atención, que también hay un número significativo de estudiantes 57%; quienes parecieran no creer en dicha afirmación, dado que consideran que en una negociación se pueden adquirir nuevos aprendizaje y experiencias. Por otra parte, los estudiantes de primeros semestres 81% y un 69% de los últimos semestres consideran que la inversión de dinero en un negocio, siempre es una opción amenazante cuando de emprendimiento se trata.

En cuanto a la **cultura de emprendimiento**, según lo reflejado en los resultados el 45% de los estudiantes de primeros semestres y el 34% de los últimos semestres manifiestan sentirse indispuestos si tuvieran que mostrar su proyecto en público; lo cual da una muestra de inseguridad en ellos. Aunque, al indagarse sobre el hecho de si después de tomarse una decisión les preocuparía que esta no fuese la más acertada; se encontró que los dos grupos se muestran preocupados al respecto; lo que bien puede explicar su motivo de su inseguridad en el ítem anterior. El restante 34%, de ambos grupos se muestran contrariamente convencidos, de que lo que tienen en mente para emprender, puede resultarles exitoso.

En la sub – variable **barreras externas**, los resultados reflejados con relación a la **competencia**, se tiene que el 78% de los estudiantes de los primeros semestres y el 68% de los últimos semestres, dan afirmaciones sobre su consideración de estar conscientes de que exista una alta competencia en el mercado y que ello podría minimizar sus oportunidades de emprendimiento.

Este tipo de aserciones, se ven mayormente expresadas por los estudiantes de los primeros semestres; aunque no hay mayor variación al respecto, con relación a los de los últimos semestres. De igual modo se aprecia, que el 90% de los estudiantes de primeros semestres y el 86% de los últimos semestres, están convencidos de que su empresa generaría gran aceptación en el mercado y doce (12) estudiantes de ambos grupos son de opinión tener inseguridad de lo que pudiesen alcanzar con su proyecto empresarial.

En cuanto a la **visión o perspectiva de otros**, se tienen como resultados que el 84% de los estudiantes de primer semestre y el 80% de los últimos semestres percibe que sus amigos lo visualizan como personas que conseguirán el éxito algún día. Ahora bien, se refleja en ambos grupos gran apoyo por parte de los familiares puesto que el 78% equivale a los estudiantes de primer semestre y el 80% de los últimos semestres.

La variable de percepción del perfil emprendedor, en la sub – variable de **espíritu emprendedor propio**, en su indicador de **abrazar la innovación (idea de negocio)** se aprecia en los resultados obtenidos, que la mayoría de los estudiantes con un 83% en los primeros semestres y un 86% en los últimos semestres, afirman tener facilidad para emprender nuevas ideas en campos de acción que los lleven hacia el éxito. De igual modo, el 74% de los estudiantes de primer semestre y el 86% de los últimos semestres, argumentan tener la facilidad de apropiarse de las ideas propuestas.

Así mismo, **definir bien los objetivos del negocio** refleja que la mayoría de estudiantes con un 80% de los primeros semestres y 86% de los últimos semestres, aseguran tener claros los objetivos en su mente, cuando quieren emprender en algo; es decir, son determinados en sus propósitos. Así mismo, gran parte 70% de los primeros semestres y 85% de los últimos semestres aseguran que cuando hacen planes, tienden siempre a cumplir con lo programado; principalmente se ve reflejado en los estudiantes de los últimos semestres de la carrera de Administración de Empresas.

En la sub – variable **espíritu emprendedor conforme al entorno social**, en su indicador **conocimiento del mercado** el 68% de los estudiantes de primer semestre y el 89% de los últimos semestres, afirman tener interés por mantenerse informados sobre los cambios que surgen dentro de los diferentes mercados; mientras que el restante de los estudiantes 21% se muestran indiferentes ante tal afirmación y están representados, por ambos grupos. De igual modo el 80% de los estudiantes de primer semestre y el 86% de los últimos semestres, manifiestan su interés de emprender a fin de generar empleabilidad y desarrollo económico dentro de su municipio.

En cuanto a **identificar oportunidades**, se ve reflejado que la mayoría de estudiantes 82% de los primeros semestres y 90% de los últimos semestres expresan su interés por conocer las oportunidades que actualmente presentan los diferentes mercados a la hora de emprender; situación que resulta predominante, en quienes estudian en los últimos semestres de la carrera. Por otra parte, se tiene que la mayoría 62% de los primeros semestres y 53% de los últimos semestres consideran su proyecto de emprendimiento como algo redundante en el mercado actual y solo un 33% de ambos grupos considera que su idea es innovadora, siendo una propuesta atractiva.

Capítulo IV

4. Aspectos administrativos

5.1 Recursos

Para llevar a cabalidad este trabajo de investigación se utilizaron algunos recursos que han contribuido de manera directa e indirecta en el logro de los objetivos propuestos. A continuación, en la siguiente tabla se describirá:

Tabla 3 Administración de recursos

Recursos	Participante	Gestión
Humanos	- Janey Nayerly Muñoz Amaris - Yeimmy Mildred Mesa Cáceres	Autoras investigadoras del proyecto
	- Laura Teresa Tuta Ramírez	Directora del trabajo de grado
	- Estudiantes de Administración de Empresas	Estudiantes de administración de empresas primeros semestres (1-2 semestre) Estudiantes de administración de empresas últimos semestres (8-9 semestre)
Financieros	- Recursos propios del investigador	
Electrónico	- Bases de datos	Microsoft Word Microsoft Excel
	- Documentos guía internet	Adobe Acrobat Reader DC
	- Conexión a internet	Artículo manual, digitales relacionados al tema
Organizacional	- Universidad de Pamplona	CENPAE (Centro de práctica y asesoría empresarial de la universidad)
Materiales	- Computador - Impresora - Teléfono - Papelería en general	
Instrumentales	- Encuesta	Muestra: Estudiantes de Administración de empresas

5.2 Cronograma de actividades

Tabla 4 Cronograma de actividades

Actividades	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Semanas																
Definición del tema de estudio	■															
Planteamiento del problema		■	■	■												
Estructuración y elaboración del marco teórico					■	■	■	■								
Determinación de la muestra de estudio									■	■						
Elaboración del instrumento											■	■				
Recolección de información												■				
Procesamiento y análisis de la información												■	■			
Presentación de avances			■					■					■	■		
Redacción del informe final													■	■		
Sustentación															■	

5.3 Presupuesto

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó un presupuesto total de \$112.800 pesos COP de recursos propios de las investigadoras.

Tabla 5 Presupuesto

Presupuesto	
Ingresos	
- Recursos de los investigadores	\$112.800
Total	\$112.800
Egresos	
- Encuestas	\$ 32.000
- Sobres de manila	\$ 800
- Conexión a internet	\$ 30.000
- Llamadas a celular	\$ 10.000
- Trabajo final	\$ 40.000
Total	\$112.800

Capítulo V

5. Ejecución del proyecto

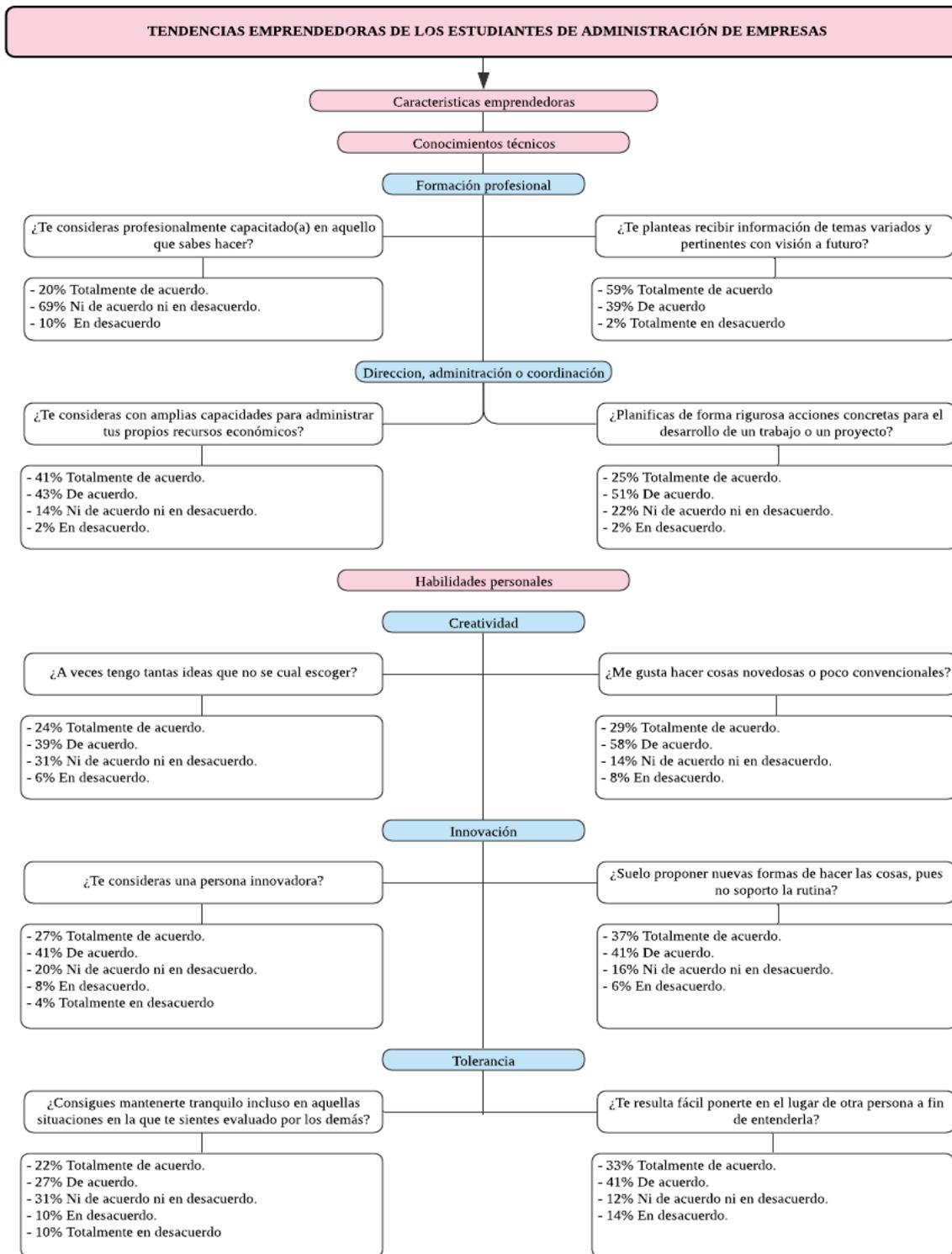
Análisis de las tendencias emprendedoras de los estudiantes del programa de administración de empresas de la universidad de pamplona.

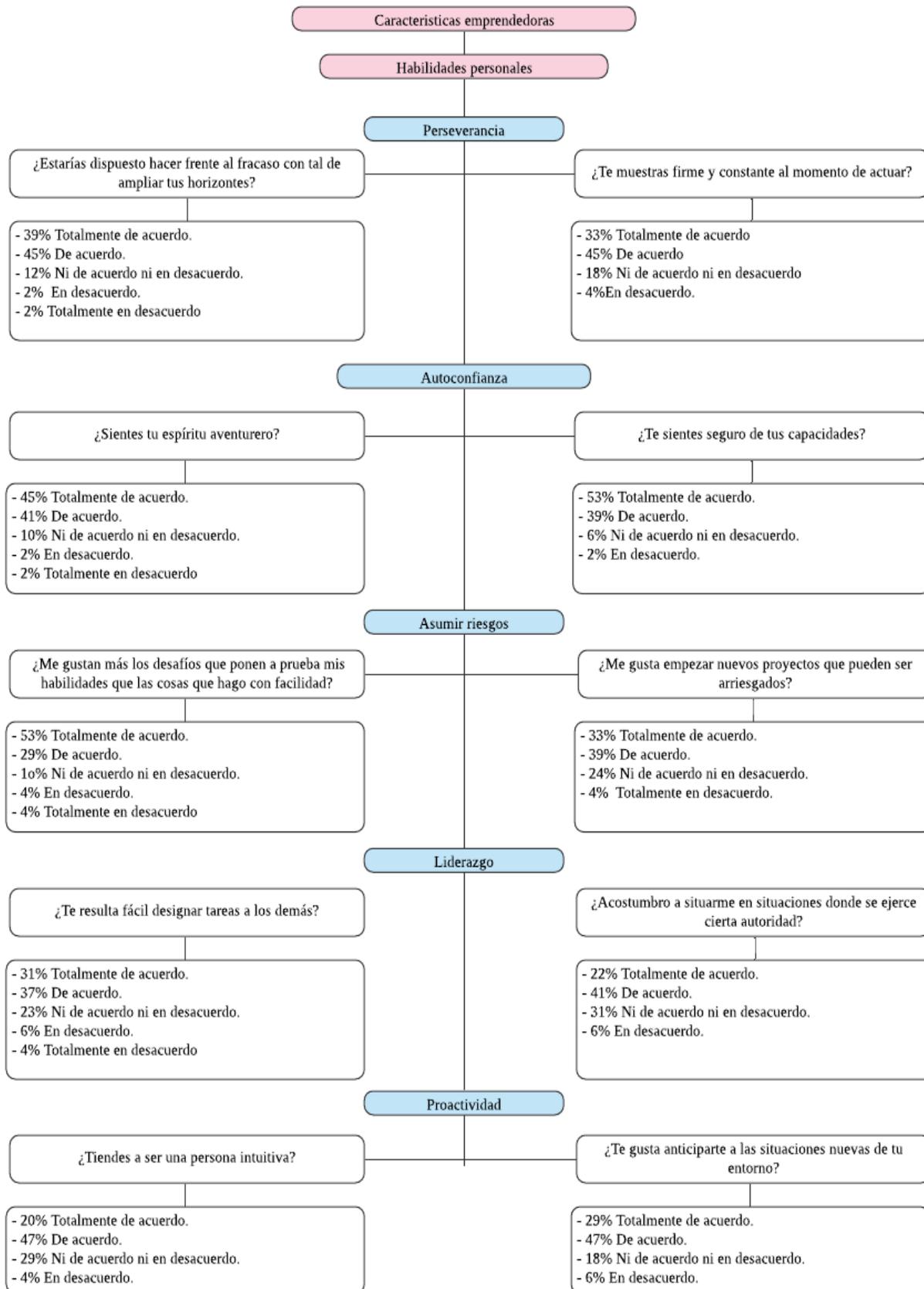
5.1. Objetivos del proyecto

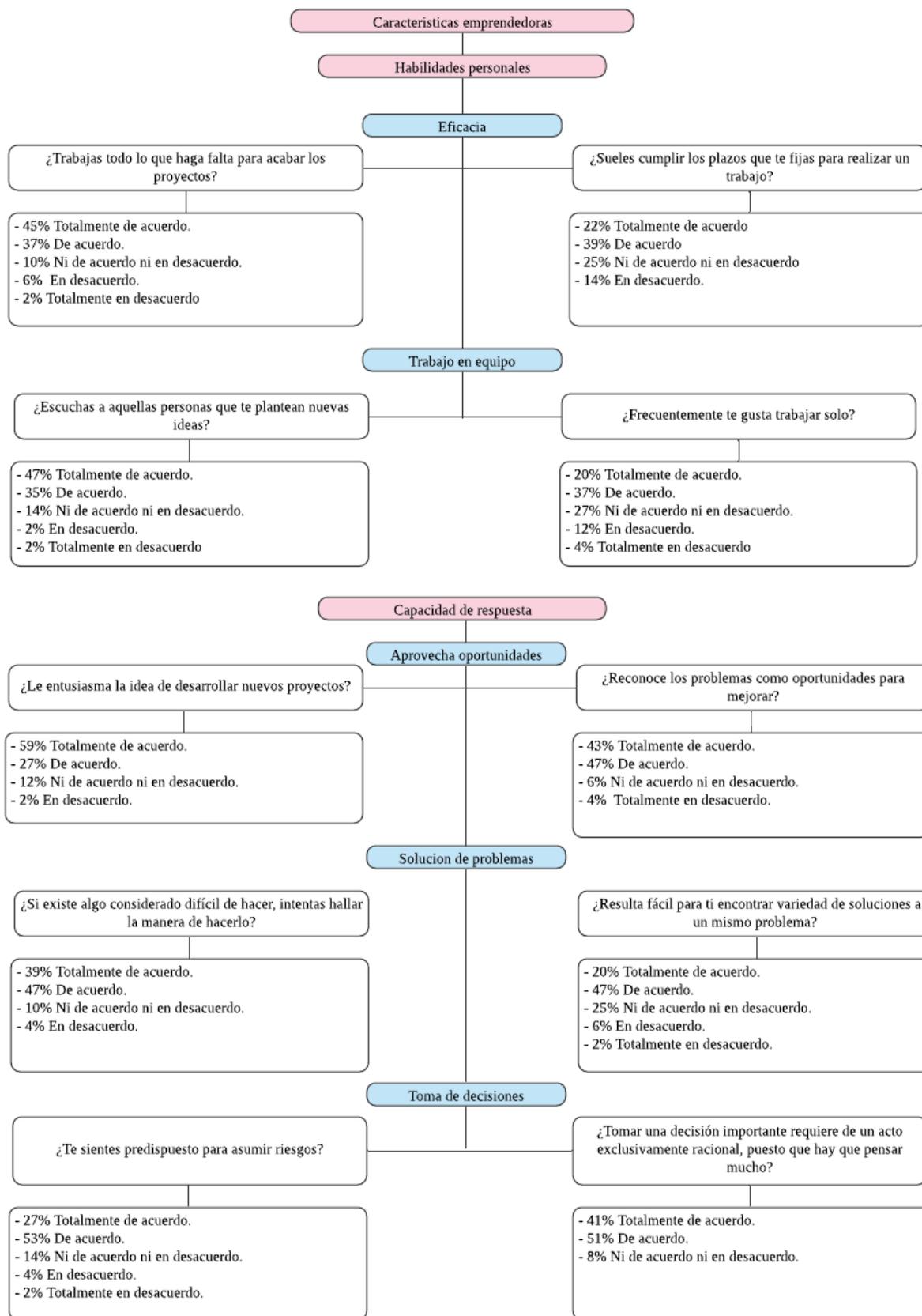
El objetivo primordial de esta estrategia es analizar las tendencias emprendedoras de los estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad de Pamplona, identificando sus características, barreras y percepción de los estudiantes y de esta manera establecer medidas en pro del mejoramiento del mismo.

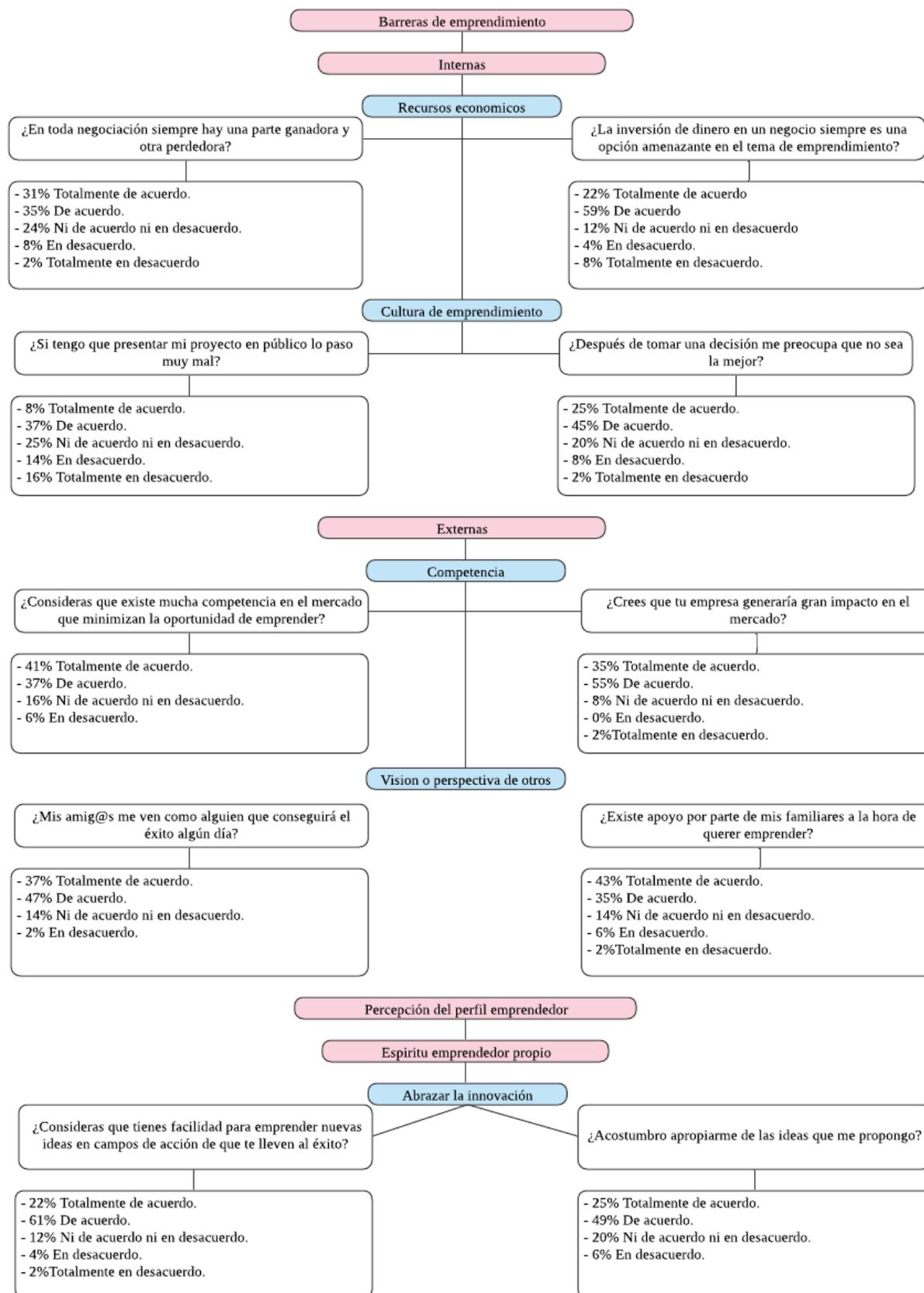
5.2 Caracterización de los resultados de la investigación

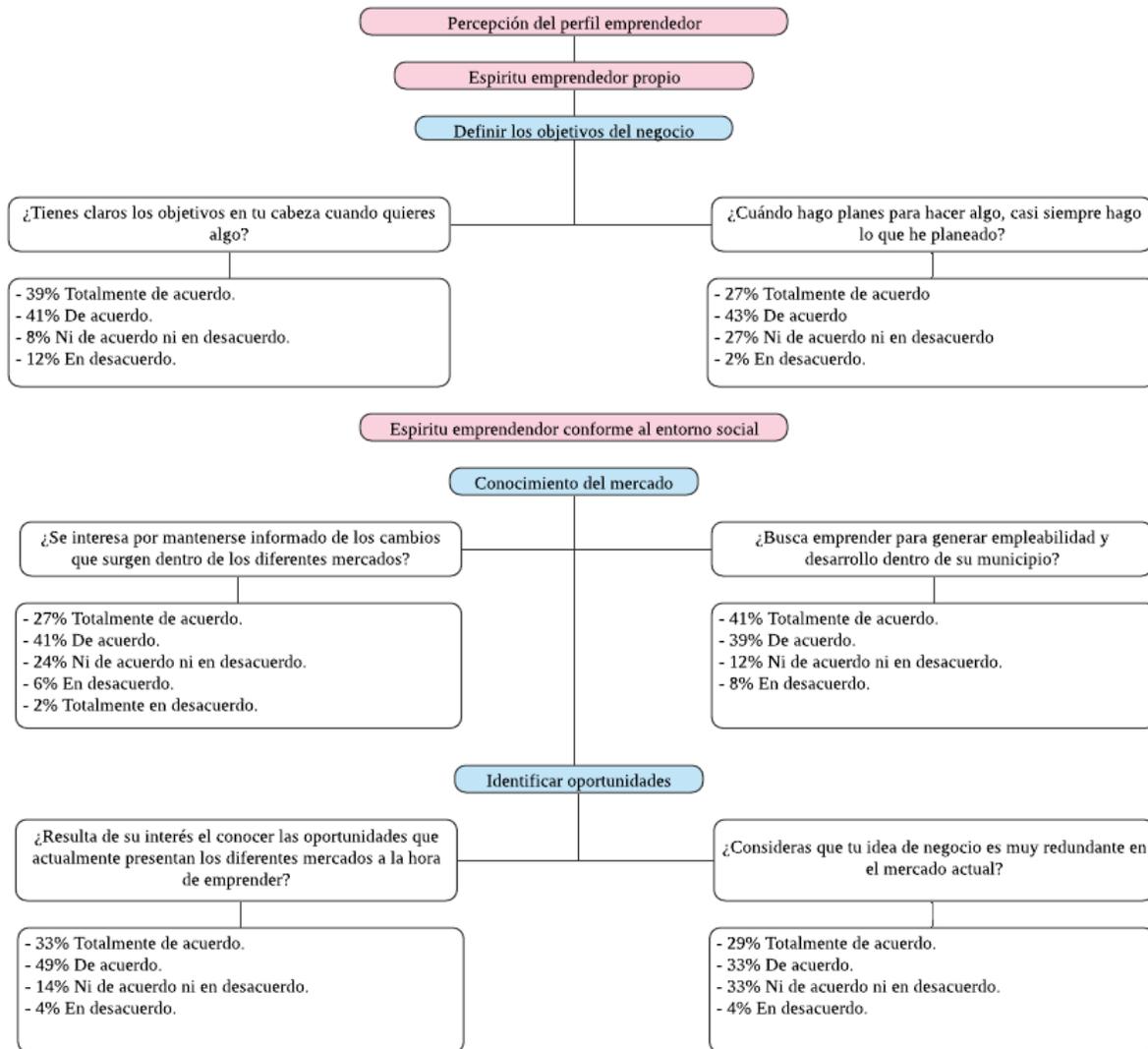
- Primeros semestres



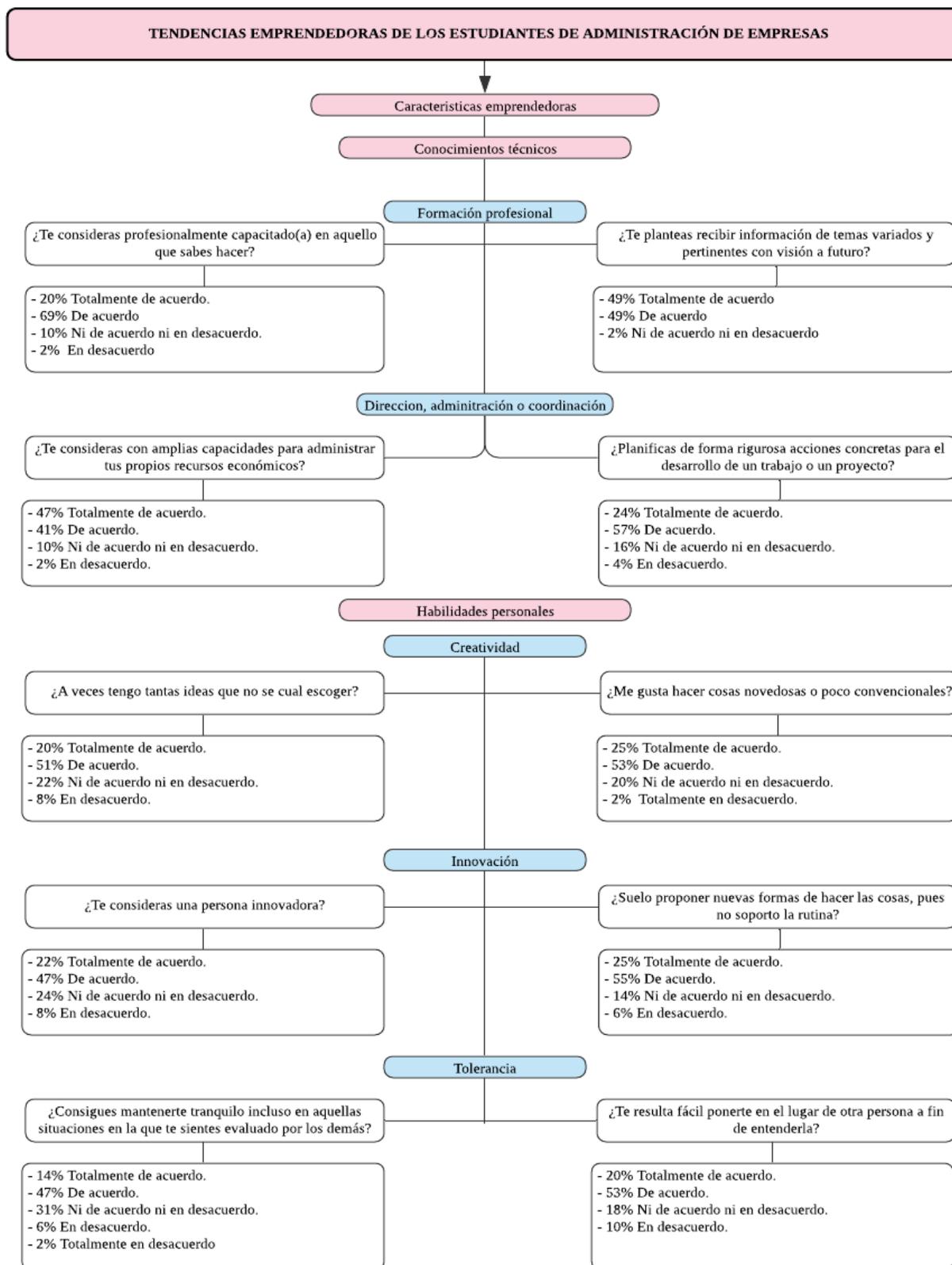


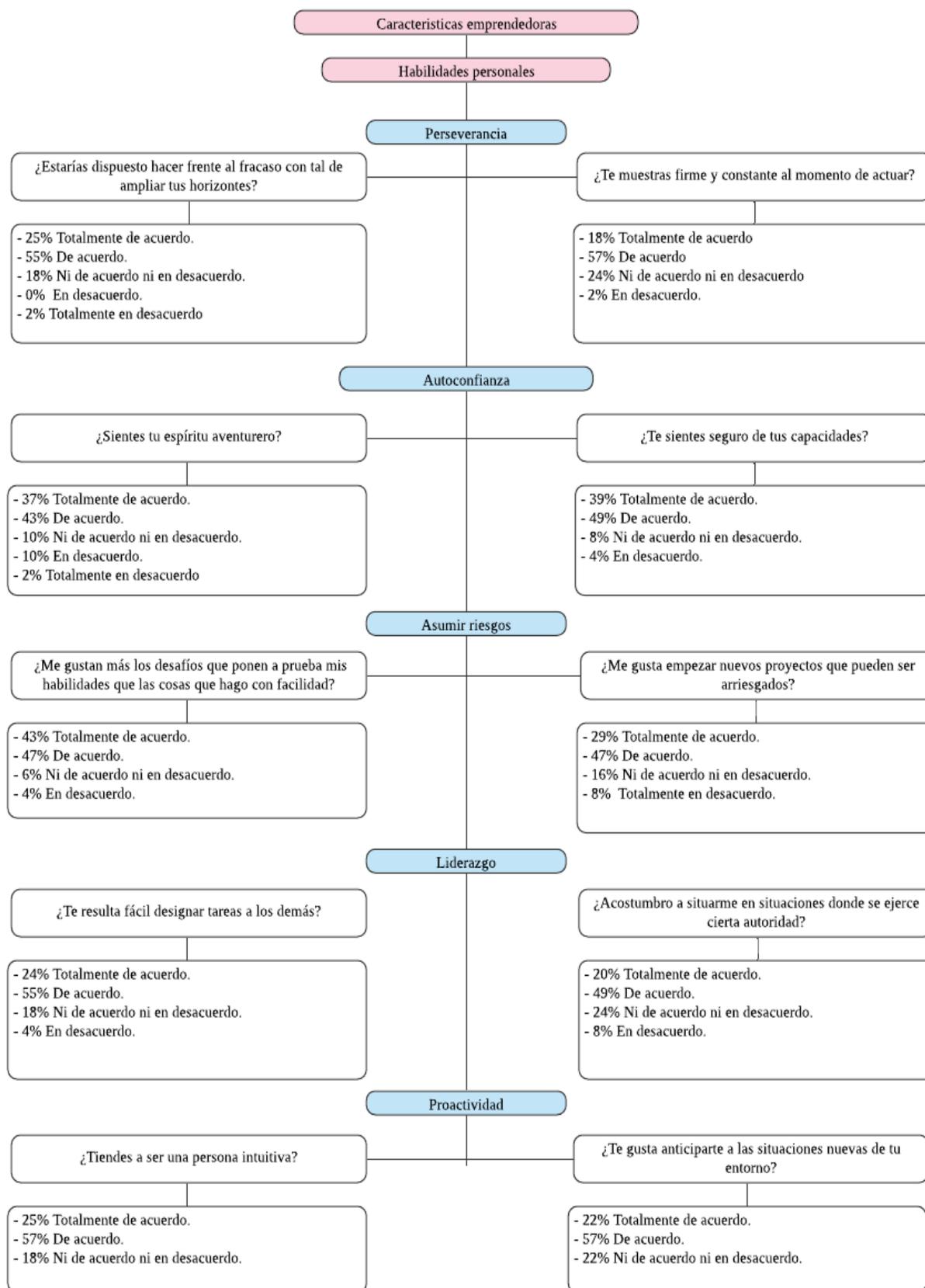


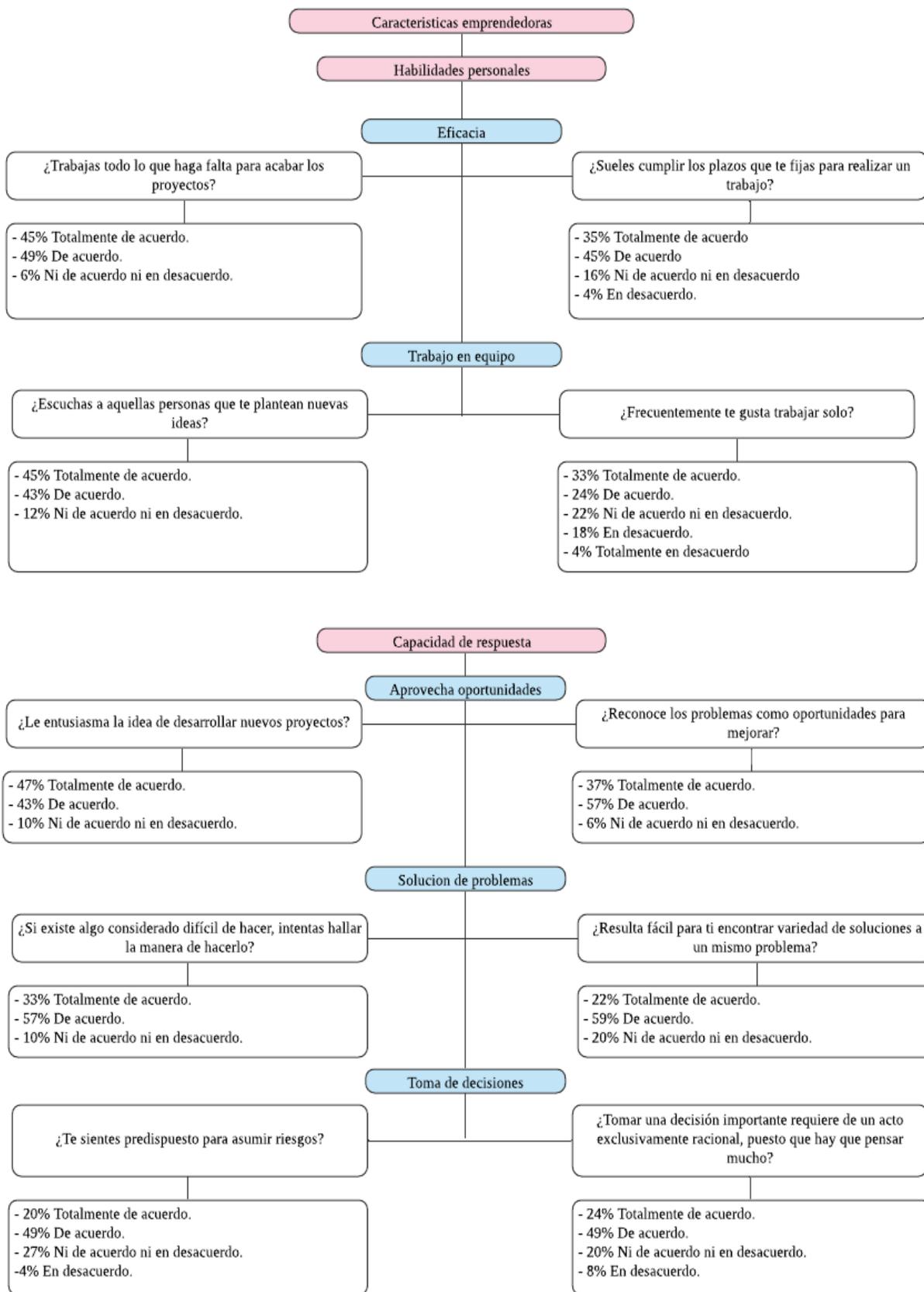


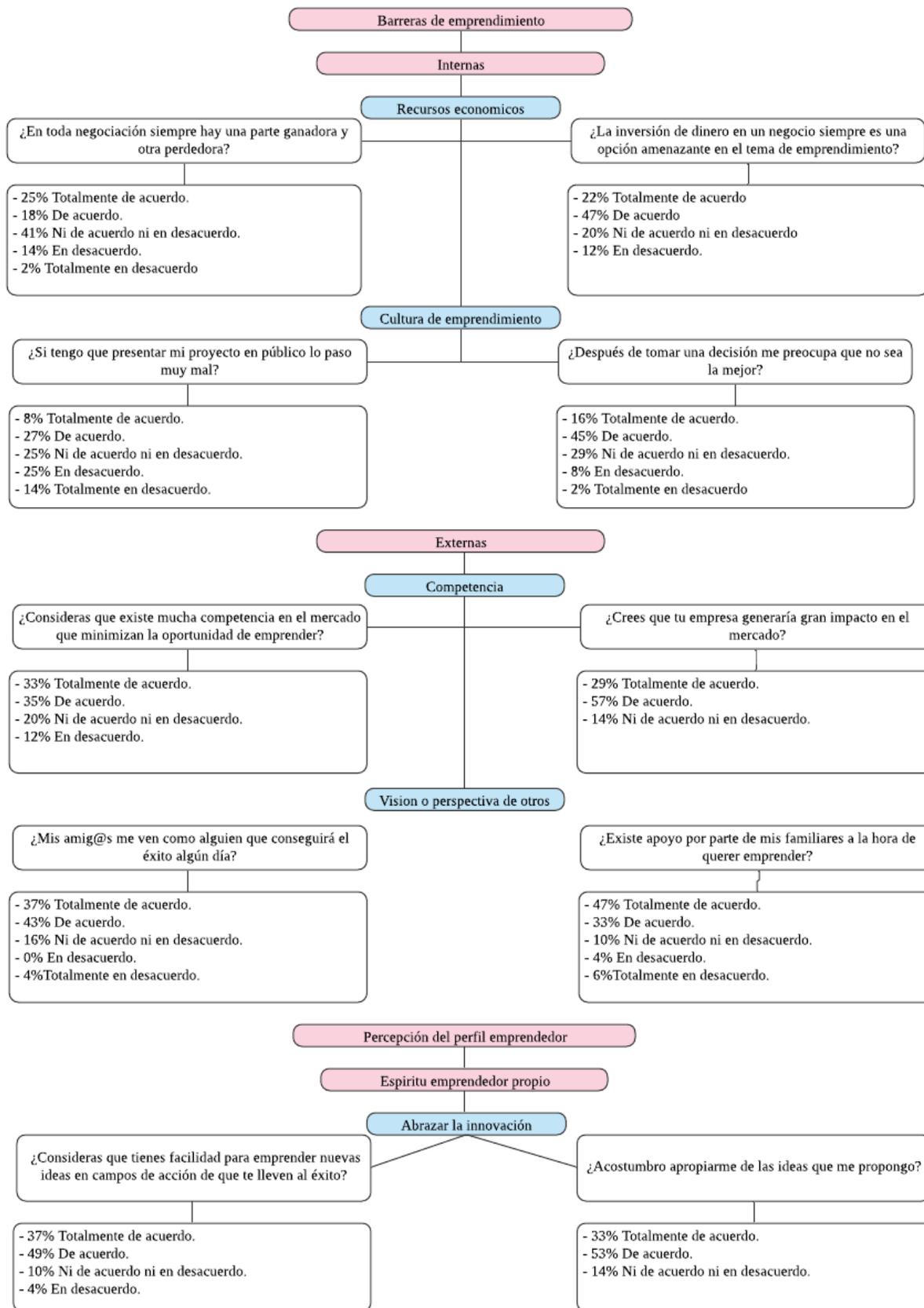


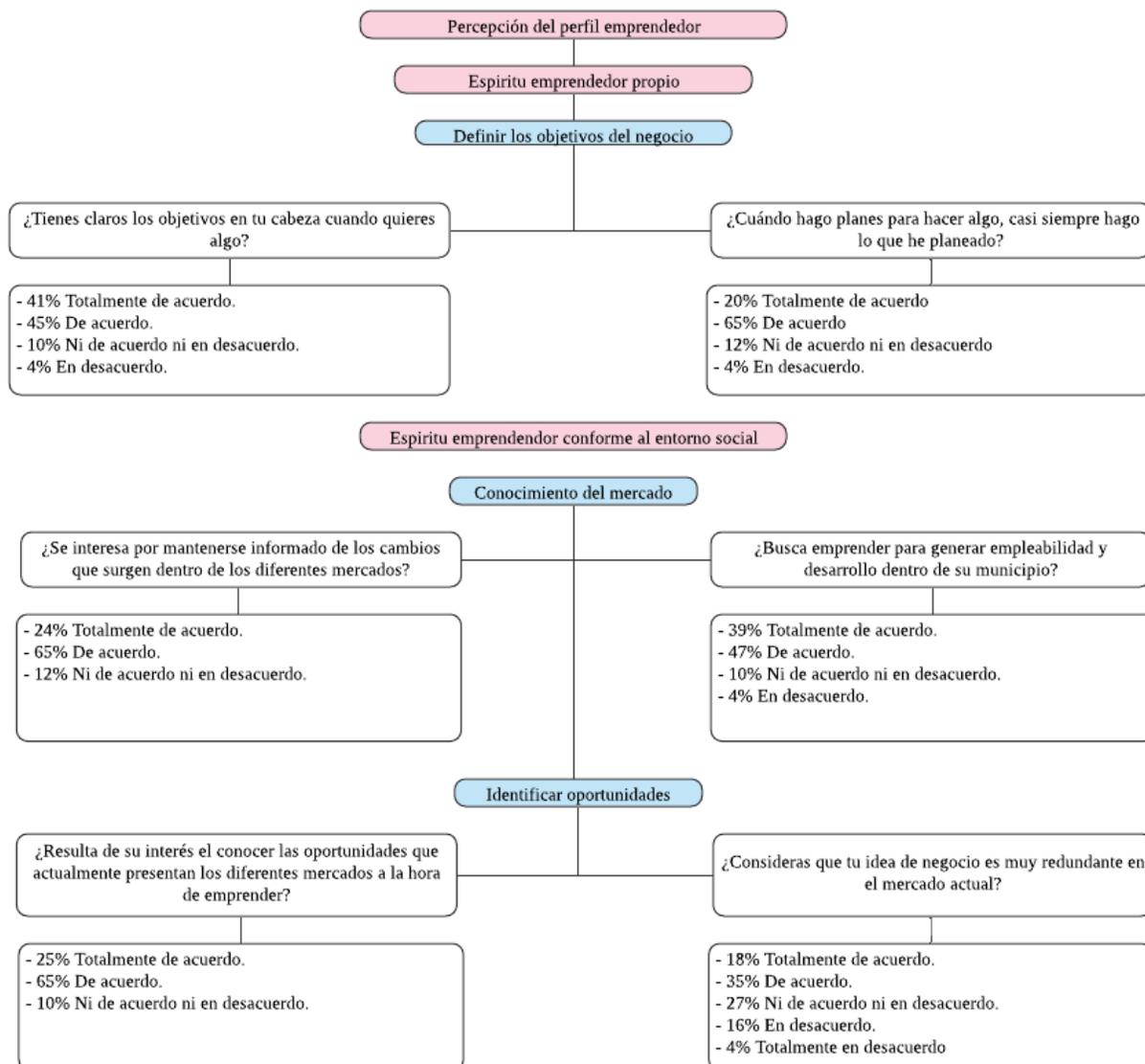
- Últimos semestres











5.3 Estrategias

- Crear escenarios y espacios para que los estudiantes aprendan a tener mejor manejo del público.

- Promover desde inicio de la carrera universitaria; la realización de estudios de mercados hacia lo que sería posiblemente una futura iniciativa empresarial; esto con el fin de que se vayan haciendo una idea más precisa, acerca de la viabilidad comercial de una actividad económica y se apropien tempranamente de ideas que puedan ir consolidando durante su trayecto estudiantil.

- Incentivar a los diferentes docentes para que motiven a los estudiantes a generar ideas de emprendimiento.

- Propiciar a que lo estudiantes conozcan los beneficios implicados en el trabajo en equipo y del compartir con otros las ideas emprendedoras, a fin de mejorarlas; de modo que se permita con ello, el alcance de propósitos comunes, de una manera más cooperativa y organizada.

- Profundizar en el pensum la línea de emprendimiento, a fin de que los estudiantes se apropien de sus ideas.

- Generar espacios con entidades gubernamentales y no gubernamentales, para contribuir en la formación e información sobre la adquisición de medios financieros y recursos viables que promuevan el impulso del emprendimiento en la economía formal, dentro del municipio de Pamplona.

Conclusiones

De los resultados obtenidos en la presente investigación, se resaltan las siguientes conclusiones

1er. Objetivo: Analizar las características emprendedoras en los estudiantes del programa Administración de Empresas.

En cuanto a las características emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas ambos grupos consideran tener conocimientos técnicos en cuanto a su formación profesional, ya que esta característica los hace sentirse capacitados para emprender acciones hacia la creación de empresas, lo que asegura que cuentan con habilidades propias para iniciar cualquier proyecto de emprendimiento, así mismo, les gusta mantenerse informados y actualizados acerca de variedades de temas que se relacionen con el área del emprendimiento y que asegure en ellos, un amplio dominio sobre cultura general y temas de actualidad. De igual modo, los estudiantes de Administración de Empresas se sienten con las capacidades de direccionar, administrar y coordinar su propia empresa.

Las habilidades personales que predominan en los estudiantes de Administración de Empresas de los primeros semestres son: creativos, innovadores, soñadores y arriesgados. Así mismo, en los últimos semestres las habilidades que predominan son: realistas, comprometidos, tolerantes, perseverantes, proactivos, eficaces, autoritarios y consideran importante propiciar el trabajo en equipo.

Las capacidades de respuesta que actualmente presentan los estudiantes de últimos semestres se deben a su proceso de formación, debido a que reconocen los problemas como oportunidades para mejorar, en tanto que se les facilita aprovechar las oportunidades para emprender. De igual forma, estos estudiantes muestran gran destreza al encontrar variedad de soluciones o alternativas a un mismo problema. Sin embargo, los estudiantes de los primeros semestres reflejan mayor seguridad a la hora de tomar decisiones.

2do. Objetivo: Identificar las **barreras del emprendimiento** en los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

Desde la perspectiva de las barreras del emprendimiento internas, los estudiantes de los primeros semestres se identifican más prudentes en la toma de decisiones con respecto al uso de sus recursos económicos. Así mismo, los estudiantes de los últimos semestres tienden a aprovechar estas situaciones con el fin de obtener de ellas conocimientos y experiencias. Por otra parte, los estudiantes de primeros semestres no tienen una cultura de emprendimiento puesto que son indecisos e inseguros. Sin embargo, los estudiantes de los últimos semestres se muestran más seguros y decididos ante dicha situación.

En cuanto a las barreras de emprendimiento externas, que se identifican en los estudiantes de los primeros semestres es que no son competitivos, puesto que se dejan opacar por las ideas ya existentes. Sin embargo, los estudiantes de los últimos semestres son más competitivos e innovadores ya que consideran que sus ideas pueden impactar en el mercado. Así mismo, los dos

grupos cuentan con una visión o perspectiva de amigos y familiares que piensan que conseguirán el éxito.

3er. Objetivo: Valorar la percepción del perfil emprendedor que tienen los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

El espíritu emprendedor propio que se valora en ambos grupos de estudiantes de Administración de Empresas es: abrazar la innovación (idea de negocio) y definir bien los objetivos del negocio, puesto que los dos grupos consideran importante emprender y apropiarse de las ideas que se proponen, así mismo consideran que se deben tener las ideas claras y llevar a cabo un plan de trabajo.

El espíritu emprendedor conforme al entorno social, valora que ambos grupos de estudiantes de Administración de Empresas tienen gran conocimiento del mercado y buscan identificar oportunidades, ya que se interesan por mantenerse informados, generar empleabilidad y buscar ideas de emprendimiento diferentes e innovadoras.

4to. Objetivo: Determinar los elementos o factores que caracterizan las tendencias emprendedoras en los estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad de Pamplona.

Por último, cabe resaltar que los estudiantes del programa de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad de Pamplona, tienden a ser personas muy jóvenes, con marcadas

características emprendedoras, profesionalmente formados, con conocimientos técnicos, capacidades y habilidades; que les asegura, el desarrollo de cualquier proyecto de emprendimiento. Igualmente, ambos grupos, se interesan por mantense informados y actualizados de varios temas a nivel empresarial, así mismo, se sienten con grandes capacidades de direccionar, administrar y coordinar su propia empresa.

Por otra parte, los estudiantes de los primeros semestres son tan creativos, aventureros, arriesgados e innovadores y poco convencionales; en cambio, los de los últimos semestres, son mayormente realistas, comprometidos, les gusta asumir retos y desafíos que pongan a pruebas sus habilidades.

En general, tienden a ser tolerantes y mantenerse tranquilos ante situaciones en las que se sienten evaluados por las demás personas, con altas capacidades para comprender los puntos de vistas de los demás, ser empáticos, lograr entablar adecuadas relaciones personales; así como confrontar acordemente, los conflictos y fracasos. Se les facilita ejercer roles de autoridad y delegar funciones a los demás; además, son intuitivos para prever lo que pueda suceder y les gusta anticiparte a situaciones nuevas.

Les agrada escuchar de otros, nuevas ideas; aunque su mayor preferencia sea, llevar a cabo su trabajo de manera independiente. Reconocen los problemas como oportunidades para mejorar en su emprendimiento y son de los que hallan cualquier alternativa de solución para solventar un problema.

Se advierte como una de sus mayores dificultades; principalmente en quienes asisten a los primeros semestres, el temor de perder o no ser asertivo al momento de emprender; lo que les crea cierta inseguridad para presentar su proyecto en público; sin embargo, están claros en que deben arriesgarse para poner en marcha su proyecto empresarial. También se muestran conscientes acerca de la existencia de la alta competencia en el mercado y sobre el hecho de que ello puede minimizar sus oportunidades de emprendimiento.

No obstante, están convencidos de que su empresa pueda generar un gran impacto en el mercado; en tanto que son visualizados por otros como personas exitosas y emprendedoras; así como que estarían apoyados por sus familiares al momento de emprender. Además, estos estudiantes, quisieran promover el empleo en otros; así como el desarrollo social y económico de su municipio.

Bibliografía

- Acosta P., J. (2012). *Liderazgo y emprendimiento innovador en nuevas empresas de base tecnológica: un estudio de casos basado en un enfoque de gestión del conocimiento*. REAL – Vol. 1 No. 1, Enero–junio 2012, Págs. 5-13. Universidad Externado de Colombia.
- Adrián, Y. (2019). *Definición de Tendencia*. [Documento en Línea] Disponible: <https://conceptodefinicion.de/tendencia/>. [Consultado: octubre 31, 2019]
- Aguirre E., A. (2017). *Cultura del emprendimiento*. Gerencie.com. [Documento en Línea] Disponible: <https://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html>
- Aldea, V. (2014). *Emprendedor, ¿estás preparado para aprovechar las oportunidades?* [Documento en Línea] Disponible: <https://anfix.com/blog/emprendedor-estas-preparado-para-aprovechar-las-oportunidades/>
- Amorós (2011)
- Arnaiz G., A., Pizarro R., J., Castellanos C., S. y González U., S. (2014). *La cultura organizacional y emprendedora en los centros educativos*. Revista de Psicología - Universidad Viña del Mar, 2014, Vol. 4, N° 7, 93-108.
- Audretsch, D. (2004): *¿Importa el capital emprendedor?* Emprendimiento: teoría y práctica, 28 (5), 419-429.
- Arias (2012)
- Boggio S., A. y Berrospi C., L. (2011). *Motivaciones de los jóvenes emprendedores*. En: Revista Journal of Business. Universidad del Pacífico. Facultad de Ciencias Empresariales. Centro de Investigación. ISSN: 2078-9424. Vol. 3(2): 55-68. Lima, Perú. [Documento en Línea] Disponible: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/51-Article%20Text-52-1-10-20170429.pdf>

- Borjas, P. (2003). *Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto*. Universidad Metropolitana, Venezuela.
- Bowen y Hisrich (1986)
- Bittán, M. (2018). *Espíritu Emprendedor y Entorno para los Negocios*. [Documento en Línea] Disponible: <https://www.moisesbittan.com/espíritu-emprendedor-y-entorno-para-los-negocios/>
- Bussenius C., H. (2006). *Autoconfianza*. Director Psicología de la Universidad Arturo Prat (UNAP). La Estrella de Iquique, Chile. [Documento en Línea] Disponible: https://www.estrellaiquique.cl/prontus4_nots/site/artic/20060902/pags/20060902005243.htm
1
- Castillo, J. (2017) *Emprendimiento e incubación empresarial en el programa de Administración de empresas, sede Pamplona, Universidad de Pamplona*. Pp. 29 – 32
- Caballero, Y. (2016) *Pertinencia social del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona*.
- Correa (2007) *Investigación: Programa y plan de comunicaciones de la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona “Incubadora Pamplona”*.
- Casco, J. (2019). *10 retos para abrazar la innovación y ser protagonistas en el mundo del 2050*. [Documento en Línea] Disponible: <http://juancarloscasco.emprendedores.com/10-retos-para-abrazar-la-innovacion-y-ser-protagonistas-en-el-mundo-del-2050/>
- Casson (1982), Baumol (1968) y Kirzner (1973)
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile.

Cervantes G., J. (2015). *Barreras internas y externas a las que se enfrentan los emprendedores*.

Artículo de reflexión con fines de grado. [Documento en Línea] Disponible: http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/4398/1/Barreras%20internas%20y%20externas_Jorge%20Cervantes%20G_2015.pdf

Congreso de la República de Colombia. *Ley 344 DE 1996*. Diario Oficial No. 42.951, de 31 de diciembre de 1996. Santa Fe de Bogotá, D.C.

Congreso de la República de Colombia. *Ley 550 de 1999*. [Documento en Línea] Recuperado en: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/La_Ley_550_de_1999.pdf

Congreso de la República de Colombia. *Ley 789 de 2002*. Bogotá, D. C., a los 27 días del mes de diciembre de 2002.

Congreso de la República de Colombia. *Ley 1014 de 2006*. Reglamentada parcialmente por el Decreto 1192 de 2009 y por el Decreto 4463 de 2006. Bogotá, D. C., a los 26 del mes de enero de 2006.

Congreso de la República de Colombia. *Ley 1943 de 2018*. Bogotá, D. C., a 28 de diciembre de 2018.

Congreso de la República de Colombia. *Ley de desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme)*.

Consejo Nacional de Competitividad (CNC, 2017). *Índice Global de Emprendimiento (IGE)*.

Constitución Política de la República de Colombia (1991). Incluye las reformas de 1993, 1995, 1996, 1997, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 y 2005. Actualizada hasta el Decreto 2576 del 27 de Julio de 2005. Bogotá, D.E., Julio 6 de 1991.

Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe (2016).

Perspectivas económicas de América Latina: juventud, competencias y emprendimiento.

[Documento en Línea] Disponible:

<https://books.google.co.ve/books?id=HrRoDQAAQBAJ&pg=PA234&dq=La+competencia+en+el+emprendimiento&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiC0vTeza3mAhUP01kKHUovAuYQ6AEIJzAA#v=onepage&q=La%20competencia%20en%20el%20emprendimiento&f=false>

Corredor, P. (2009). *Persona intuitiva*. Revista Mujer Hoy. [Documento en Línea] Disponible:

<https://www.mujerhoy.com/psico-sexo/vivir-positivo/brujula-interna-557068112010.html>

Covey, S. (1989). *Los 7 hábitos de las personas altamente efectivas*. Nueva York: Simon and Schuster. Estado Unidos.

Cuellar, J. (2016). *Cuatro técnicas para identificar oportunidades de negocio*. Perú. [Documento

en Línea] Disponible: <https://www.pqs.pe/emprendimiento/identificar-oportunidades-negocio>

Curto (2012)

Decreto 934 de 2003. Presidencia de la República de Colombia. Santa Fe de Bogotá D.C., Abril

11 de 2003. En ejercicio de las facultades que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la

Constitución Política y en desarrollo de lo dispuesto por el artículo 40 de la Ley 789 de 2002.

Duarte, T. y Ruiz T., M. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. Scientia Et

Technica, vol. XV, núm. 43, diciembre, 2009, pp. 326-331. Universidad Tecnológica de

Pereira. Pereira, Colombia.

Durham University Business School., (1998). *Tendencia Emprendedora General TEST TEG*

Enciclopedia Libre Wikipedia (2018)

Enciclopedia Virtual eumed.net (2019). *Capacidad de Respuesta*. [Documento en Línea]

Disponible: <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=182>

Fandiño P., L. y Bolívar A., M. (2009). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado*. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Trabajo de Grado. Bogotá, D.C.

Fernández, M. (2010). *El espíritu emprendedor: Aspectos teóricos y casos de emprendedores en Bolivia*. Universidad católica boliviana, Bolivia.

Fominaya, C. (2017). *La resiliencia*. Revista ABC Familia Sana. Sevilla, España. [Documento en Línea] Disponible: https://www.abc.es/familia/vida-sana/abci-resiliencia-autoconfianza-flexibilidad-orientacion-logro-y-perseverancia-201710182215_noticia.html

Fundación para el Desarrollo Participativo Comunitario (FUNDEPCO, 2012). *Elementos relevantes de capacidad de respuesta*. [Documento en Línea] Disponible: <http://dipecholac.net/docs/files/778-elementos-relevantes-de-capacidades-de-respuesta.pdf>

González, N. (2019). *Importancia del conocimiento para un negocio en crecimiento*. Magenta Innovación General. [Documento en Línea] Disponible: <https://magentaig.com/importancia-del-conocimiento-para-un-negocio-en-crecimiento/>

Gómez G., J., Galiana L., D. y León E., D. (2000). *ISO 9000 en la pequeña y mediana empresa*. Universidad Miguel Hernández. España.

Gartnet (1985).

García G., A. y Bòria R., S. (2006). *Nuevos emprendedores: creación de empresas en el siglo XXI*. Volumen 3 de UBe: Economía Empresa. Ediciones Universidad de Barcelona, España.

Hernández A., J. (2016). *Emprendimiento Creativo*. [Documento en Línea] Disponible: https://www.researchgate.net/publication/327546191_Emprendimiento_Creativo

Hernández S., B., Sánchez G., J. (2018). *Educación, desarrollo e innovación social*. Ediciones Andavira.

Hernández, Fernández y Baptista (2006)

Hurtado M., V. (2018). *La disyuntiva inicial del emprendedor: Empezar individualmente o empezar en sociedad*. Revista Investigación y Negocios. Versión impresa ISSN 2521-2737. Vol.11 No.18 Sucre oct., 2018

Hurtado (2006)

Ibáñez, M. (2001). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV*. Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Deusto, Bilbao, España.

Izquierdo, A. (2017). *¿Cuáles son las barreras del emprendimiento en Colombia?* [Documento en Línea] Disponible: <https://www.enter.co/especiales/empresas/barreras-emprendimiento-en-colombia/>

Idarraga (2019). *¿Cuáles son las facilidades para crear empresa en Colombia?* [Documento en Línea] Disponible: radionacional.co/actualidad/emprendimiento-colombia-programas-herramientas

Kelley, Singer y Herrington (2016)

Krauss, C. (2011). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: el caso de la Universidad Católica del Uruguay*. Departamento de Ciencias de la Administración. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Católica del Uruguay. Revista Dimensión Empresarial - Vol. 9 No. 1, enero-junio de 2011, págs. 28-40.

Marcos, D. (2009). *¿Qué es ser un emprendedor creativo?* Blogger de Capital Emprendedor.

[Documento en Línea] Disponible: <https://www.capitalemprendedor.com/2009/09/14/que-es-ser-un-emprendedor-creativo/>

Márquez E., E. (2016). *La importancia de asumir riesgos como emprendedor.* [Documento en

Línea] Disponible: <http://emiliomarquez.com/2016/11/la-importancia-de-asumir-riesgos-como-emprendedor.html>

Maass S., A. (2019). *Eficiencia, eficacia y productividad en una empresa.* [Documento en Línea]

Disponible: <https://mipropiojefe.com/eficiencia-eficacia-y-productividad-en-una-empresa/>

Mercadé, A. (2014). *El perfil del emprendedor de éxito.* Deusto Formación. [Documento en Línea]

Disponible: <https://www.deustoformacion.com/blog/empresa/perfil-emprendedor-exito>.

Ministerio de Educación - Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET, 2001). Formación

Profesional: material de trabajo para la formulación de un acuerdo marco. Documento Preliminar. Subcomisión de Formación Profesional de la Comisión Técnica del Consejo Nacional Educación Trabajo (CoNE-T). [Documento en Línea] Disponible: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/FPDefinitivo.PDF>

Norton, P. (1998). *Compitiendo en el siglo XXI: Cómo innovar con éxito.* España: Ediciones Gestión 2000.

Oller A., M., Pazos L., Marco, Oviedo T., X. Jordà G., R. (2015). *El emprendimiento empresarial.*

Capítulo VIII: Del origen al concepto actual de emprendimiento empresarial. Madrid, España.

[Documento en Línea] Disponible:

https://www.academia.edu/28143229/El_emprendimiento_empresarial

Osorio, I., S. (2016). *¿Cuáles son las facilidades para crear empresa en Colombia?* Radio Nacional de Colombia. [Documento en Línea] Disponible: <https://www.radionacional.co/actualidad/emprendimiento-colombia-programas-herramientas>

Osorio, I., S. (2016). *¿Cuáles son las facilidades para crear empresa en Colombia?* Radio Nacional de Colombia. [Documento en Línea] Disponible: <https://www.radionacional.co/actualidad/emprendimiento-colombia-programas-herramientas>

Pelayo G., J y Rodríguez L., F. (2015). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial.* Ediciones Paraninfo, S.A. [Documento en Línea] Disponible: <https://books.google.co.ve/books?id=kNESCgAAQBAJ&pg=PA179&dq=innovaci%C3%B3n+emprendedora&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjgM-18abmAhWBylkKHZajAdgQ6AEILzAB#v=onepage&q=innovaci%C3%B3n%20emprendedora&f=false>

Peraza T., L. (2010). *Estudio Prospectivo sobre los Centros de Emprendimiento en Colombia: tendencias, escenarios y estrategias en la generación de oportunidades laborales alternativas.* Trabajo de Grado en Administración de Empresas. Facultad de Administración. Universidad del Rosario, Bogotá D.C.

Pérez, Julián; Gardey, Ana (2012). *Definición de tendencia.* [Documento en Línea] Disponible: <https://definicion.de/tendencia/>

Pickle y Abrahamson (1990)

Real Academia Española (RAE, 2019). *Tendencia.* Diccionario de la Lengua Española. [Documento en Línea] Disponible: <https://dle.rae.es/tendencia?m=form>

Real Academia Española (RAE, 2019). *Eficiencia.* Diccionario de la Lengua Española. [Documento en Línea] Disponible: <https://dle.rae.es/eficiencia>

Ribes-Iñesta, E. (2008). *Educación básica, desarrollo psicológico y planeación de competencias*.
Revista Mexicana de Psicología, 25(2), 193-207.

Romero (2016)

Scharch K., A. y Schnarch G., D. (2013). *Marketing para emprendedores: cómo identificar oportunidades y desarrollar empresas exitosas*. Colección Economía: Comercio y negocios internacionales. Biblioteca Nacional de Colombia. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). *La promesa del emprendimiento como campo de investigación*. *Academia de Revisión de Gestión*, 25 (1), 217-226.

Sierra G., I. (2010). *Emprendedor profesional*. [Documento en Línea] Disponible:
<http://emprendedorprofesionalfp.blogspot.com/2010/07/la-perseverancia-el-motor-del-exito-de.html>

Suárez D., A. (2014). *Emprendimiento Innovador en Colombia*. Ensayo. Universidad Militar Nueva Granada. Especialización en Alta Gerencia. Bogotá, Colombia.

Sánchez Rodríguez, Salvador; Hernández Herrera, Claudia Alejandra; Jiménez García, Martha. (2016). *Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico*. Diciembre 2016, pp. 70 – 82.

Thornton, M. (1998). *El origen de la teoría económica: un retrato de Richard Cantillón (1680-1734)*.

Timmons (1989)

Velásquez G., J. (2013). *El Emprendimiento en la Teoría Económica: una revisión bibliográfica*.
Universidad Metropolitana, Caracas, Venezuela.

Vries (1977)

Virtanen (1977)

Anexos

Anexo 1. Test realizado a los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona

TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA (TEST DE ANALISIS)

Objetivo: Analizar las tendencias emprendedoras de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona.

Instrucciones: A continuación, se presenta una serie de preguntas que usted debe responder, por favor marque con una X la respuesta que usted considere pertinente, cada pregunta cuenta con una puntuación en una escala de 1 a 5 puntos distribuidos de la siguiente manera: totalmente de acuerdo 5 puntos, de acuerdo 4 puntos, ni de acuerdo ni desacuerdo 3 puntos, en desacuerdo 2 puntos, y totalmente en desacuerdo 1 punto.

Agradecemos dar su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas.

Tiempo de duración: 10 minutos

Género: Femenino ___ Masculino ___

Edad: _____ **Semestre** _____

Región de procedencia _____

A. CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS

CONOCIMIENTOS TECNICOS

Formación profesional

1. ¿Te consideras profesionalmente capacitado(a) en aquello que sabes hacer?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. ¿Te planteas recibir información de temas variados y pertinentes con visión a futuro?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Dirección, administración o coordinación

3. ¿Te consideras con amplias capacidades para administrar tus propios recursos económicos?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

HABILIDADES PERSONALES

Creatividad

5. ¿A veces tengo tantas ideas que no se cual escoger?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
(TEST DE ANALISIS)**

- | | |
|---|--|
| <p>6. ¿Me gusta hacer cosas novedosas o poco convencionales?</p> <p><input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> De acuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> En desacuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>10. ¿Te resulta fácil ponerte en el lugar de otra persona a fin de entenderla?</p> <p><input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> De acuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> En desacuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
|---|--|

Innovación

7. ¿Te consideras una persona innovadora?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Perseverancia

11. ¿Estarías dispuesto hacer frente al fracaso con tal de ampliar tus horizontes?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. ¿Suelo proponer nuevas formas de hacer las cosas, pues no soporto la rutina?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. ¿Te muestras firme y constante al momento de actuar?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Tolerancia

9. ¿Consigues mantenerte tranquilo incluso en aquellas situaciones en la que te sientes evaluado por los demás?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Autoconfianza

13. ¿Sientes tu espíritu aventurero?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
(TEST DE ANALISIS)**

14. ¿Te sientes seguro de tus capacidades?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Asumir riesgos

15. ¿Me gustan más los desafíos que ponen a prueba mis habilidades que las cosas que hago con facilidad?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

16. ¿Me gusta empezar nuevos proyectos que pueden ser arriesgados?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Liderazgo

17. ¿Te resulta fácil designar tareas a los demás?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

18. ¿Acostumbro a situarme en situaciones donde se ejerce cierta autoridad?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Proactividad

19. ¿Tienes a ser una persona intuitiva?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

20. ¿Te gusta anticiparte a las situaciones nuevas de tu entorno?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Eficacia

21. ¿Trabajas todo lo que haga falta para acabar los proyectos?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
(TEST DE ANALISIS)**

22. ¿Sueles cumplir los plazos que te fijas para realizar un trabajo?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Trabajo en equipo

23. ¿Escuchas a aquellas personas que te plantean nuevas ideas?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

24. ¿Frecuentemente te gusta trabajar solo?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

CAPACIDAD DE RESPUESTA

Aprovecha oportunidades

25. ¿Le entusiasma la idea de desarrollar nuevos proyectos?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

26. ¿Reconoce los problemas como oportunidades para mejorar?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Solución problemas

27. ¿Si existe algo considerado difícil de hacer, intentas hallar la manera de hacerlo?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

28. ¿Resulta fácil para ti encontrar variedad de soluciones a un mismo problema?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Toma de decisiones

29. ¿Te sientes predispuesto para asumir riesgos?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

(TEST DE ANALISIS)

30. ¿Tomar una decisión importante requiere de un acto exclusivamente racional, puesto que hay que pensar mucho?
- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo
34. ¿Después de tomar una decisión me preocupa que no sea la mejor?
- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

**B. BARRERAS DEL
EMPENDIMIENTO**

INTERNAS

Recursos económicos

31. ¿En toda negociación siempre hay una parte ganadora y otra perdedora?
- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

32. ¿La inversión de dinero en un negocio siempre es una opción amenazante en el tema de emprendimiento?
- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

Cultura de emprendimiento

33. ¿Si tengo que presentar mi proyecto en público lo paso muy mal?
- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

EXTERNAS

Competencia

35. ¿Consideras que existe mucha competencia en el mercado que minimizan la oportunidad de emprender?
- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo
36. ¿Crees que tu empresa generaría gran impacto en el mercado?
- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

Visión o perspectivas de otros

37. ¿Mis amig@s me ven como alguien que conseguira el éxito algún día?
- Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

**TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

(TEST DE ANÁLISIS)

- | | |
|--|--|
| <p>38. ¿Existe apoyo por parte de mis familiares a la hora de querer emprender?</p> <p><input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> De acuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> En desacuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>42. ¿Cuándo hago planes para hacer algo, casi siempre hago lo que he planeado?</p> <p><input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> De acuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> En desacuerdo</p> <p><input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
|--|--|

**C. PERCEPCIÓN DEL PERFIL
EMPRENDEDOR**

**ESPIRITU EMPRENDEDOR
CONFORME AL ENTORNO SOCIAL**

ESPIRITU EMPRENDEDOR PROPIO

Abrazar a la innovación (idea de negocio)

39. ¿Consideras que tienes facilidad para emprender nuevas ideas en campos de acción de que te lleven al éxito?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

40. ¿Acostumbro apropiarme de las ideas que me propongo?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Definir bien los objetivos del negocio

41. ¿Tienes claros los objetivos en tu cabeza cuando quieres algo?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Conocimiento del mercado

43. ¿Se interesa por mantenerse informado de los cambios que surgen dentro de los diferentes mercados?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo
44. ¿Busca emprender para generar empleabilidad y desarrollo dentro de su municipio?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**TENDENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

(TEST DE ANÁLISIS)

Identificar oportunidades

SOLUCIÓN

45. ¿Resulta de su interés el conocer las oportunidades que actualmente presentan los diferentes mercados a la hora de emprender?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

46. ¿Consideras que tu idea de negocio es muy redundante en el mercado actual?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

PUNTUACIÓN

- A cada respuesta totalmente de acuerdo le asignas 5 puntos.
- A cada respuesta de acuerdo le asignas 4 puntos.
- A cada respuesta ni de acuerdo ni en desacuerdo le asignas 3 puntos.
- A cada respuesta en desacuerdo le asignas 2 puntos.
- A cada respuesta totalmente en desacuerdo le asignas 1 punto.

Más de 230 puntos: Tu perfil se asemeja bastante al de emprendedor. Tienes iniciativa y disciplina, eres independiente. Esto no quiere decir que tengas asegurado el éxito, pero sin duda a nivel personal tienes los rasgos necesarios para triunfar. Cuando decides hacer algo, no te detienes hasta que lo consigues. Partes de una buena base. Continúa con esta actitud, no te pares el éxito estará a tu lado.

Entre 172 a 229 puntos: Reúnes bastantes características para ser un buen emprendedor. No obstante, aunque tus aptitudes son buenas, no te relajes, hay ciertos puntos que debes perfeccionar para lograr el éxito. Analizar tus puntos débiles y fija una serie de acciones concretas para mejorarlos en un plazo determinado de tiempo.

Entre 115 a 171 puntos: Debes tener precaución, tómate el tiempo necesario para recapacitar sobre tu futura idea de negocio, aún tu confianza, determinación y conocimientos empresariales están un poco débiles, pero no te desanimes, lo único que debes hacer es leer, hablar con otras personas emprendedoras con éxito para aprender sus experiencias, aprende de ellos/as introduciendo tu propio estilo. Tienes potencial de emprendedor, no te detengas.

Menos de 48 y puntos: Si realmente lo que quieres es crear tu propia empresa, aun te queda un camino por recorrer, aunque en tu perfil hay alguno de los caracteres de persona emprendedora, en la mayoría de aspectos las dudas y la inseguridad te acompañan. Intenta analizar las razones de todo eso y procura desarrollar tu creatividad, capacidad de asumir riesgos, confianza, mientras las vas desarrollando.