

**UNIVERSIDAD
EAFIT**®

SIEGDE

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

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

26/06/2022

Informe Universidad EAFIT 2021

Autores

Izaias Martins
Lukas Matheo Calderón
Juan Pablo Pérez

Revisión de estilo

Diana María Osorio Posada

ÍNDICE GENERAL

RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	5
1. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA.....	5
1.1 CONTEXTO	5
1.2 ESCUELA	5
1.3 SEMESTRE	6
1.4 GÉNERO	6
1.5 EDAD	6
2. ADN INNOVADOR.....	6
3. ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA.....	7
3.1 PROACTIVIDAD	7
3.2 ASUNCIÓN DEL RIESGO	7
3.3 INNOVACIÓN	8
3.4 PASIÓN HACIA EMPRENDER	9
3.5 PERSEVERANCIA.....	9
4. INTENCIÓN EMPRENDEDORA	10
5. ORIENTACIÓN A LA SOSTENIBILIDAD.....	11
6. PERCEPCIÓN HACIA EMPRENDER DESPUÉS DEL CURSO.....	12

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Escuela.....	5
Figura 2. Semestre	5
Figura 3. Género.....	6
Figura 4. Edad	6
Figura 5. ADN Innovador	6
Figura 6. ADN Innovador - Comparativo	6
Figura 7. Proactividad - Comparativo	7
Figura 8. Asunción del riesgo	7
Figura 9. Asunción del riesgo - Comparativo.....	7
Figura 10. Innovación.....	8
Figura 11. Innovación - Comparativo.....	8
Figura 12. Pasión hacia emprender - Comparativo	9
Figura 13. Perseverancia	9
Figura 14. Perseverancia - Comparativo	10
Figura 15. Intención emprendedora	10
Figura 16. Intención emprendedora - Comparativo.....	10
Figura 17. Orientación a la sostenibilidad.....	11
Figura 18. Orientación a la sostenibilidad - Comparativo	11
Figura 19. Percepción hacia el emprendimiento - Fase 2.....	12
Figura 20. Impacto del curso.....	12

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

1.1 CONTEXTO

Este informe contiene un total de 750 observaciones obtenidas de estudiantes de diferentes programas académicos matriculados en el Núcleo de Formación Institucional Iniciativa y Cultura Empresarial, recolectadas en el año 2021 en dos momentos: uno antes del curso (Fase 1) y el otro después de este (Fase 2). Para las apreciaciones que no se comparan, se tomó en cuenta únicamente la etapa luego de visto el curso.

De los encuestados, el 51,9% son hombres, el 47,9% mujeres y hay un 0,2% que se considera no binario. En cuanto a la edad de los encuestados, el 84% está en una edad de 18 a 22 años, mientras que el 26% del total tiene 19 años. Adicionalmente, el 69% de los estudiantes encuestados se encuentra en los primeros 5 semestres. La escuela con más participación es la Escuela de Administración con un 38%, seguida por la Escuela de Ingeniería (27%) y Escuela de Humanidades (13%).

Figura 1: Escuela

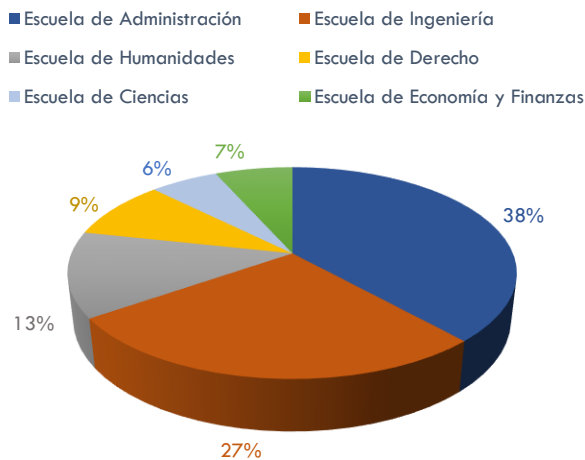


Figura 1. Escuela

Figura 2: Semestre

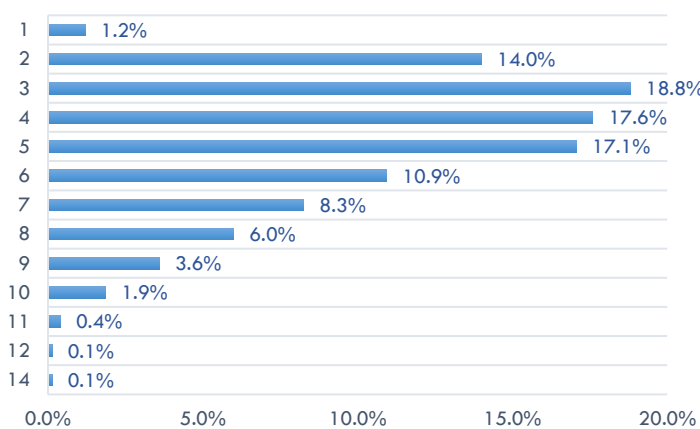


Figura 2. Semestre

1.2 ESCUELA

En el año 2021, la escuela con más participación es la Escuela de Administración con un 38%, seguida por la Escuela de Ingeniería (27%), Escuela de Humanidades (13%), la Escuela de Ciencias (9%), Escuela de Economía y Finanzas (7%) y la Escuela de Derecho con un 6%. (ver Figura 1).

1.3 SEMESTRE

El 69% de los estudiantes encuestados se encuentra en los primeros 5 semestres (Figura 2).

Figura 3: Género

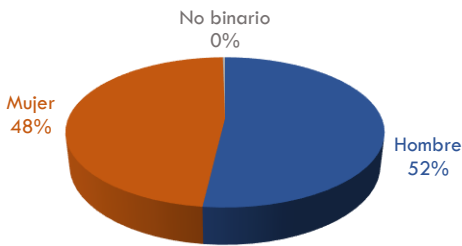


Figura 3. Género

1.4 GÉNERO

Durante la encuesta realizada en el año 2021 se observa una distribución equitativa entre el género de hombre y mujer, con un 51,9% en la participación de los hombres y 47,9% la participación por parte de las mujeres (ver Figura 3).

Figura 4: Edad

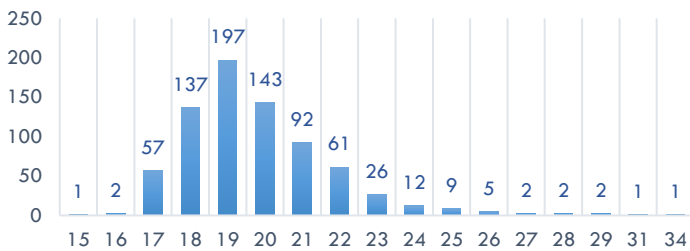


Figura 4. Edad

1.5 EDAD

En la Figura 4, con un total de 750 apreciaciones, la edad que más se repite es 19 años, mientras que más del 80% de los participantes está en una edad de 18 a 22 años.

Figura 5: ADN Innovador Fase 1

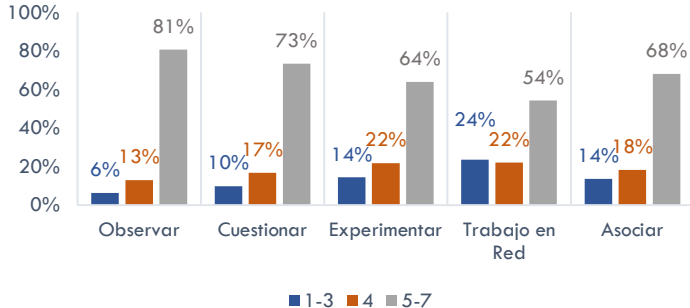


Figura 5. ADN Innovador

2. ADN INNOVADOR

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

En la Figura 5 se evidencia que las habilidades relacionadas directamente con el entorno son las mejor valoradas en la primera etapa de la encuesta. Así, la capacidad de observar presenta la puntuación más alta (81%) en la valoración de 5 a 7.

Figura 6: ADN Innovador Fase 1 vs Fase 2

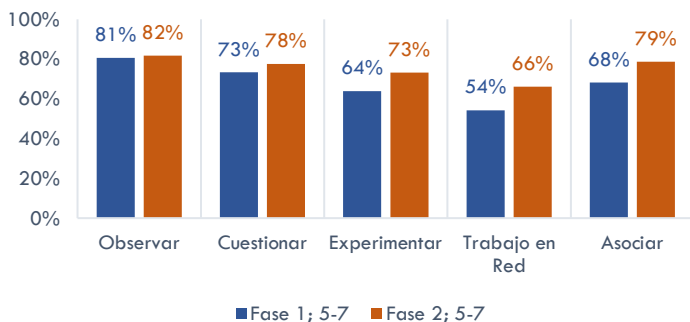


Figura 6. ADN Innovador - Comparativo

Por otra parte, luego de visto el curso, se puede observar una mejora en la calificación de las mismas habilidades, aumentando en 11% en promedio las capacidades de experimentar, trabajar en red y asociar (Figura 6).

Figura 7: Proactividad Fase 1 vs Fase 2

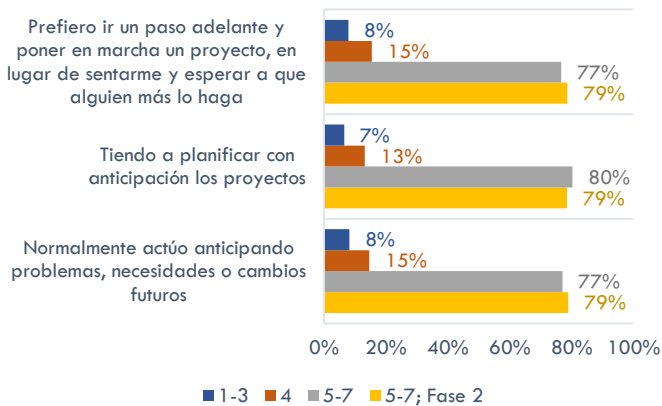


Figura 7. Proactividad - Comparativo

Figura 8: Asunción del riesgo Fase 1

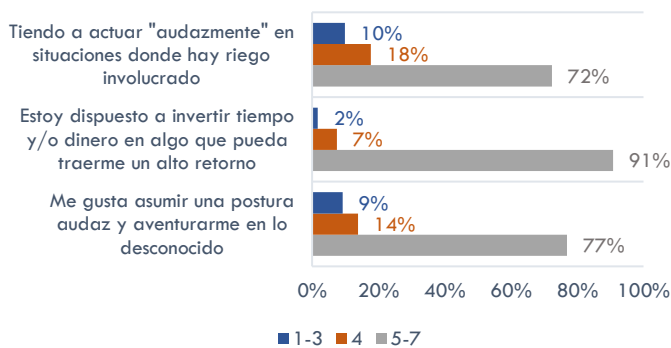


Figura 8. Asunción del riesgo porcentuales.

Figura 9: Asunción del riesgo Fase 1 vs Fase 2

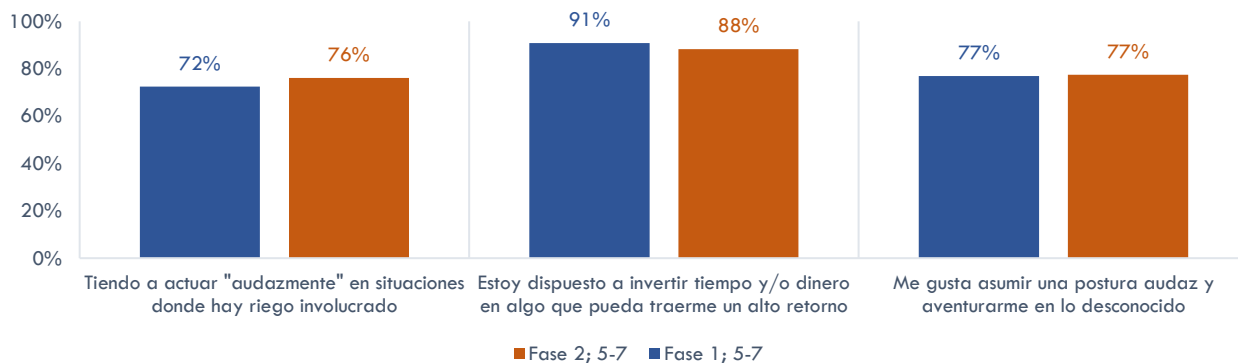


Figura 9. Asunción del riesgo - Comparativo

3. ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA

3.1 PROACTIVIDAD

Como se muestra en la Figura 7, esta categoría no presenta cambios significativos al comparar las dos fases. Por otra parte, la planificación y la anticipación en la creación de proyectos y resolución de problemas son considerados clave con una calificación promedio de 79% en la escala de 5-7.

3.2 ASUNCIÓN DEL RIESGO

Vemos que alrededor del 91% de los encuestados están dispuestos a invertir tiempo y/o dinero en algo que pueda generar alto retorno. Del mismo modo, la postura audaz en los participantes alcanza un 77% con la calificación más alta de 5 a 7.

Una vez finalizado el curso (Figura 9), hacemos la comparación con la Fase 1. Los resultados muestran que el porcentaje de los estudiantes dispuestos a invertir algo de dinero en algo que pueda traer un alto retorno baja un poco (88%), mientras que la postura audaz se mantiene y cuando hay un riesgo involucrado aumenta 4 puntos.

Figura 10: Innovación Fase 1

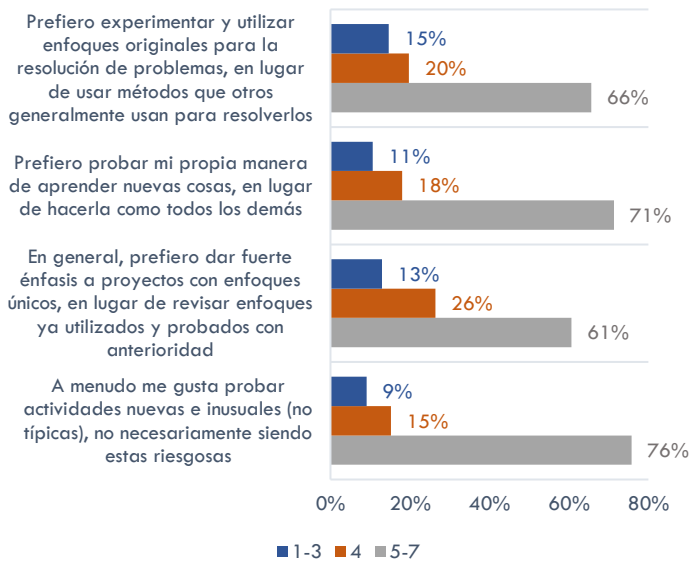


Figura 10. Innovación

3.3 INNOVACIÓN

La innovación es una de las principales cualidades del emprendedor. Probar actividades nuevas, usar enfoques originales y aprender de un modo único es lo que representa este bloque. Así, en la primera etapa de la encuesta, vemos que destaca el probar actividades inusuales con un 76% con una calificación máxima de 5 a 7. Los demás apartados superan el 60% en la misma escala (Ver Figura 10).

Por otro lado, en la Fase2 de la encuesta (Figura 11), vemos un aumento en todos enunciados con la calificación máxima de 5 a 7, siendo los de mayor cambio la experimentación con enfoques originales y el énfasis en proyectos con enfoques únicos, con un 7% cada uno.

Figura 11: Innovación Fase 1 vs Fase 2

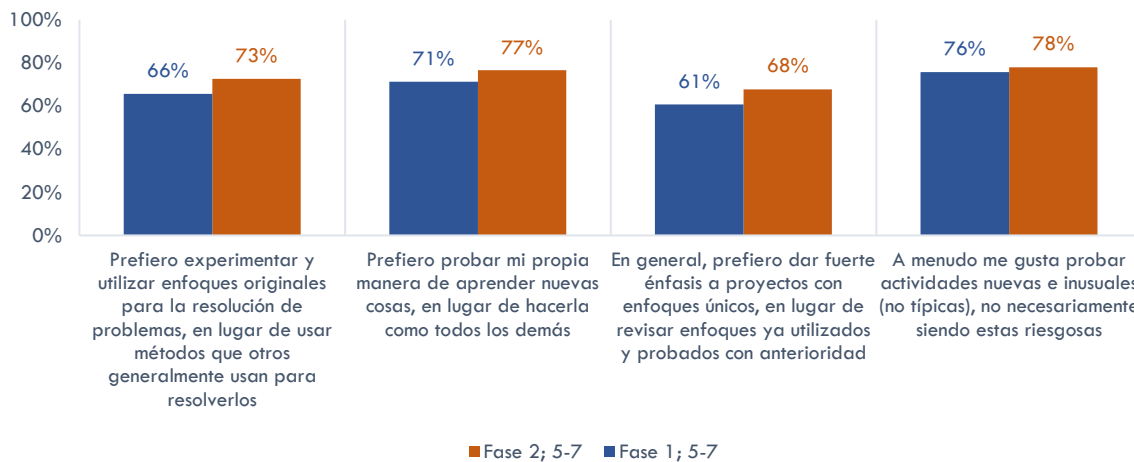


Figura 11. Innovación - Comparativo

Figura 12: Pasión hacia emprender Fase 1 vs Fase 2

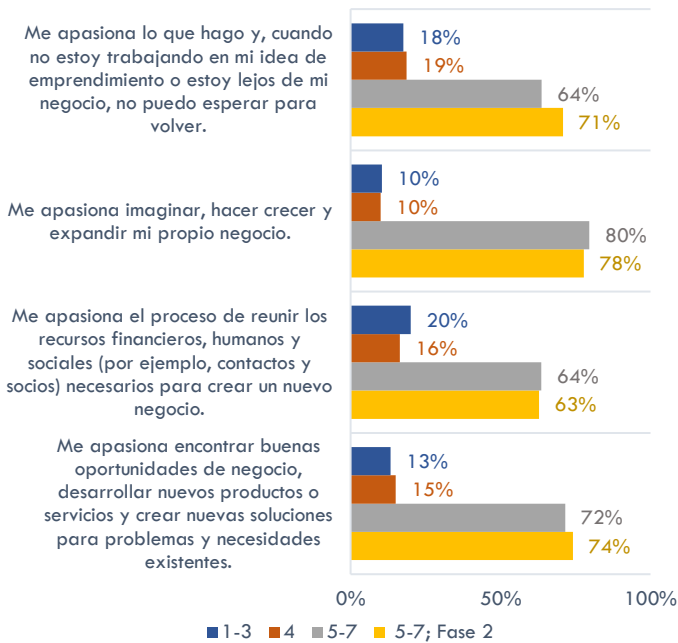


Figura 12. Pasión hacia emprender - Comparativo

3.4 PASIÓN HACIA EMPRENDER

Con la Figura 12 nos damos cuenta de que más del 60% sienten pasión por su emprendimiento, les gusta encontrar nuevas ideas de negocio y al mismo tiempo expandir el propio. Así mismo, se reafirma la pasión por lo que se hace luego de visto el curso en la calificación de 5 a 7, pasando de un 64% a un 71%.

Figura 13: Perseverancia Fase 1

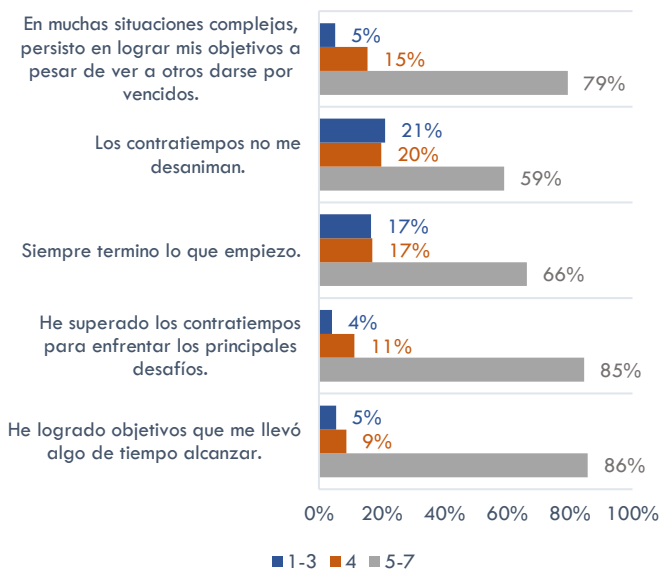


Figura 13. Perseverancia

3.5 PERSEVERANCIA

En la Figura 13 podemos ver que gran parte de los encuestados se consideran dedicados y perseverantes con respecto a sus objetivos, calificando los apartados en una escala máxima de 5 a 7. El 86% de la población considera que ha logrado objetivos que les llevó tiempo alcanzar, mientras que solo el 59% no se desanima con los contratiempos.

En comparación con la Fase 1, en la Fase 2 apreciamos un aumento en el porcentaje de los encuestados que consideran que no se desaniman con los contratiempos (65%) y se da un aumento de 8% en el inciso referido a finalizar lo que se ha empezado, dejándolo en un 74% al finalizar el curso (ver Figura 14).

Figura 14: Perseverancia Fase 1 vs Fase 2

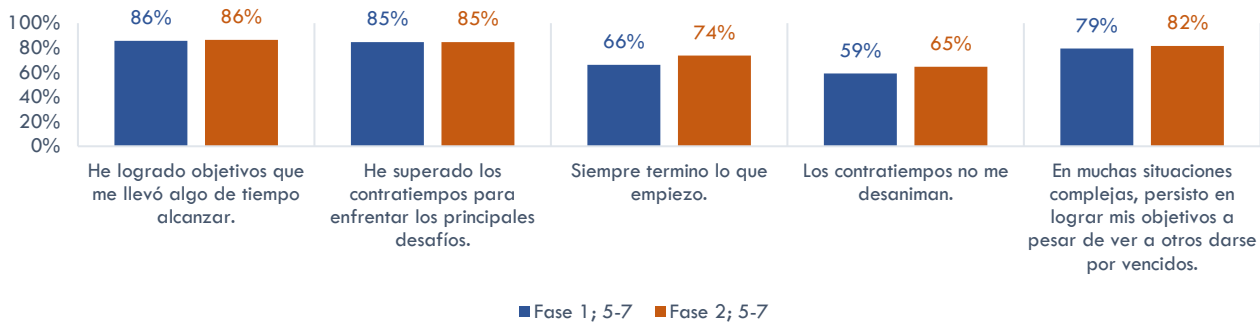


Figura 14. Perseverancia - Comparativo

Figura 15: Intención emprendedora

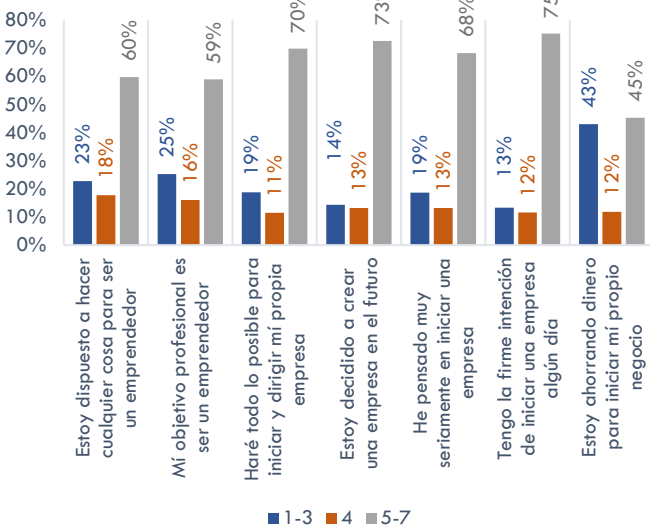


Figura 15. Intención emprendedora

4. INTENCIÓN EMPRENDEDORA

La intención hacia emprender se encuentra muy marcada entre los estudiantes encuestados, superando el 60% con una calificación máxima de 5 a 7 en casi todos los elementos del bloque durante la Fase 1. Sin embargo, solo el 45% de los participantes están ahorrando para iniciar su propio negocio (ver Figura 15).

En contraste, en la Fase 2 evidenciamos un notable aumento en el apartado de “Estoy ahorrando dinero para iniciar mi propio negocio” pasando de un 45% a un 54%. Por otro lado, la disposición para ser un emprendedor y la mentalidad de hacer cualquier cosa para conseguirlo aumenta en un 5%, al igual que el pensamiento serio de iniciar una empresa como se muestra en la Figura 16.

Figura 16: Intención emprendedora Fase 1 vs Fase 2

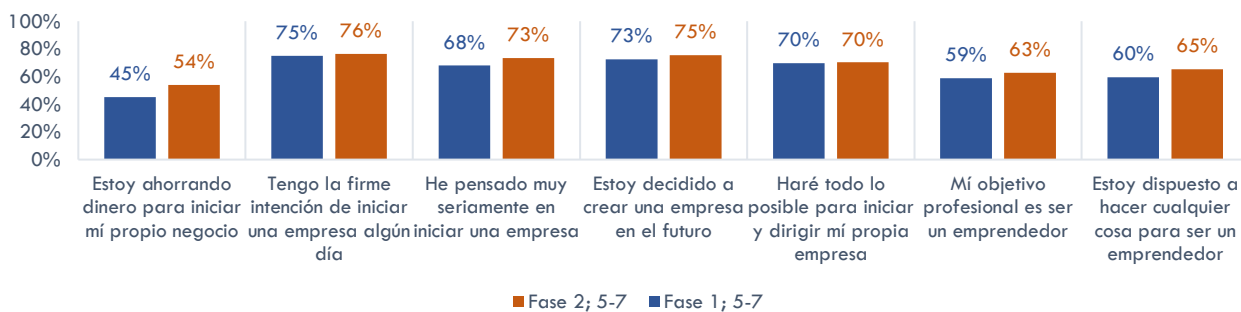


Figura 16. Intención emprendedora - Comparativo

Figura 17: Orientación a la sostenibilidad Fase 1

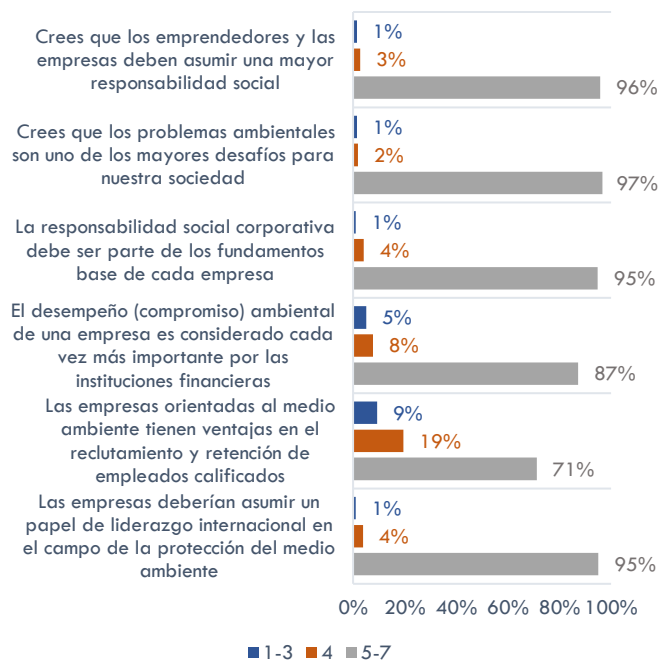


Figura 17. Orientación a la sostenibilidad

En contraste a estos altos porcentajes, solo el 71% de los participantes piensan que las empresas orientadas al medio ambiente tienen ventajas en el reclutamiento y retención de empleados calificados (ver Figura 17).

En la Figura 18 encontramos una variación de 8% con respecto a este último tema de retención de empleados calificados, quedando en un 79% y se da una disminución del 5% en la creencia de que los problemas ambientales son de los mayores desafíos para la sociedad, dejando este inciso en 92%.

Figura 18: Orientación a la sostenibilidad Fase 1 vs Fase 2

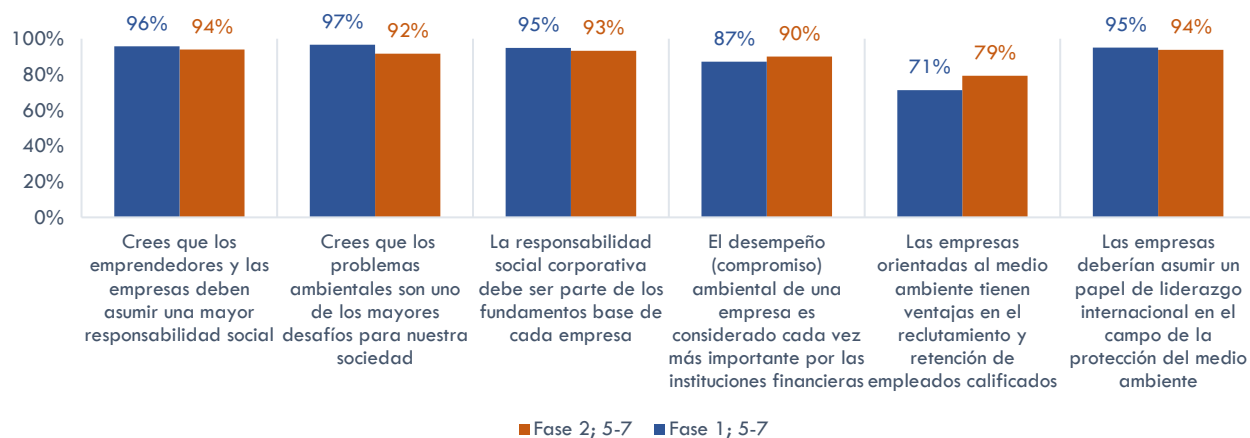


Figura 18. Orientación a la sostenibilidad - Comparativo

5. ORIENTACIÓN A LA SOSTENIBILIDAD

Esta sección se enfoca en la problemática ambiental que tenemos en la actualidad y en la visión que tienen los estudiantes respecto al rol de liderazgo que deben asumir las empresas en la responsabilidad social y el compromiso ambiental.

Casi la totalidad de los encuestados son conscientes de que los problemas ambientales son uno de los mayores desafíos para nuestra sociedad (97%). Del mismo modo, piensan que las empresas deberían asumir un papel de liderazgo internacional en el campo de la protección ambiental (95%), que la responsabilidad social debe ser la base para las empresas (95%) y que estas deben asumir una mayor responsabilidad (96%).

6. PERCEPCIÓN HACIA EMPRENDER DESPUÉS DEL CURSO

Una vez finalizado el curso, notamos que los encuestados perciben una mayor comprensión de actitudes y acciones a tomar para iniciar un negocio. Al mismo tiempo, se considera una mejora en las habilidades prácticas y capacidades para desarrollar redes e identificar oportunidades (ver Figura 19).

Figura 19: Percepción después del curso (Fase 2)

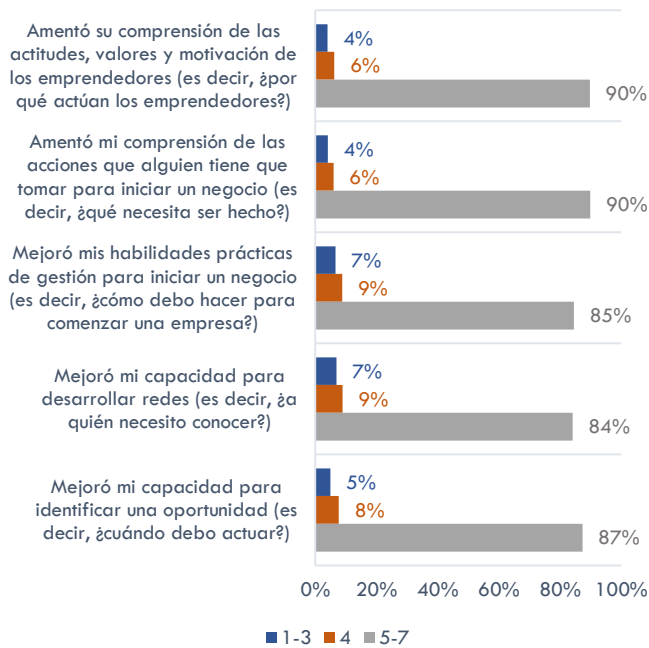


Figura 19. Percepción hacia el emprendimiento - Fase 2

A continuación, en la Figura 20, se reduce nuestra población de 750 a 376 apreciaciones debido a que estas últimas solo están habilitadas para las personas que respondieron sí a la siguiente pregunta: “¿Recuerdas algún evento o contenido en particular durante el programa de emprendimiento que cambió drásticamente tu "corazón y mente" y te hizo considerar convertirte en emprendedor?”.

Se muestra en qué medida los siguientes eventos hicieron considerar embarcarse en una carrera empresarial, siendo el más representativo de todos, el conocimiento, las opiniones y la pasión del profesor acerca del emprendimiento, con un 76% en la calificación máxima de 5 a 7.

Figura 20: Impacto del curso (Fase 2)

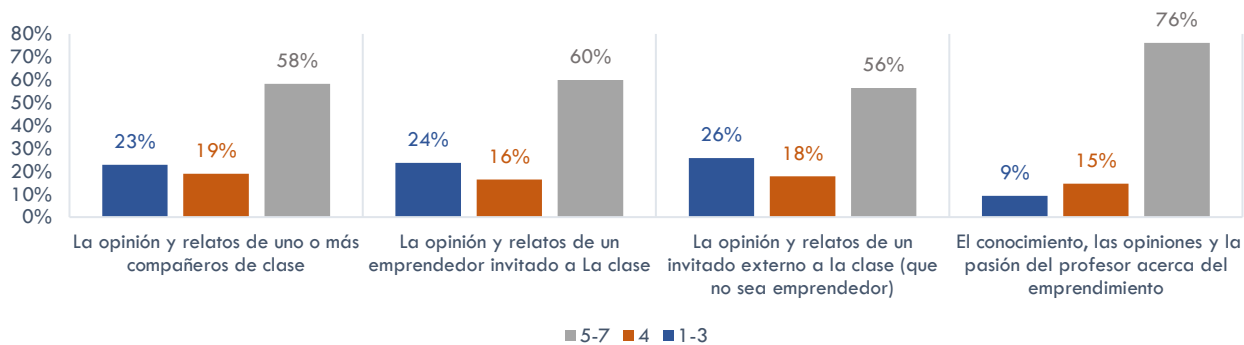


Figura 20. Impacto del curso

REFERENCIAS

- Arpiainen, R. L., & Kurczewska, A. (2017). Learning risk-taking and coping with uncertainty through experiential, team-based entrepreneurship education. *Industry and Higher Education*, 31(3), 143–155
- Bandera, C., Collins, R., & Passerini, K. (2018). Risky business: Experiential learning, information and communications technology, and risk-taking attitudes in entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 16(2), 224-238.
- Bayat. B, Akbarisomar. N, Ahmadzadeh.N & Salehiniya.H (2019). The relation between self-confidence and risk-taking among the students. *Journal of Education and Health Promotion*. 8.
- Campbell. R, Jeong. S & Graffin. S (2019). BORN TO TAKE RISK? THE EFFECT OF CEO BIRTH ORDER ON STRATEGIC RISK TAKING. *Academy of Management Journal*. Volumen 62. 1278-1306.
- Cheng. T, Lee. C & Lin. C (2020). The effect of risk-taking behavior on profitability: Evidence from futures market. *Economic Modelling*. Volumen 86. 19-38.
- Dawson & Henley (2015). Gender, Risk, and Venture Creation Intentions. *Journal of Small Business Management*. Volumen 53. 501-515.
- Florackis. C, Kanas. A, Kostakis. A & Sainani. S (2019). Idiosyncratic risk, risk-taking incentives and the relation between managerial ownership and firm value. *European Journal of Operational Research*. Volumen 283. 748-766
- Llanos-Contreras, O., Alonso-Dos-Santos, M., & Ribeiro-Soriano, D. (2019). Entrepreneurship and risk-taking in a post-disaster scenario. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-17.
- Martino. P, Rigolini. A & D'Onza. G (2020). The relationships between CEO characteristics and strategic risk-taking in family firms. *Journal of Risk Research*. Volumen 23. 95-116.
- Munyaradzy. T (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of innovation and Entrepreneurship*. Volumen 9. 1-20
- Strelnik. M (2014). Approving the ISDWIR Method of Risk Measurement in Making Risk Management Decision. *Métodos cuantitativos para la Economía y la empresa*. Volumen 17. 42-59
- Verheul. I, Block. J, Burmeister-Lamp. K, Thurik. R, Tiemeier. H & Turturea. R (2015). ADHD-like behavior and entrepreneurial intentions. *Small Business Economics*. Volumen 45. 85-101.

Zhang, L., Zhang, C., & Shang, L. (2016). Sensation-seeking and domain-specific risk-taking behavior among adolescents: Risk perceptions and expected benefits as mediators. *Personality and Individual Differences*, 101, 299-305.