

**MACROROYECTO**

**FACTORES INSTITUCIONALES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO (COLOMBIA)  
GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN GERENCIA Y EMPRENDIMIENTO (GIGA)**

**PROYECTO DE TESIS DE MAESTRIA**

**Factores Informales Que Influyen En La Intención Emprendedora De Los Estudiantes  
De Maestría En El Departamento Del Quindío (Colombia)**

MARIA ELVIRA MORENO BETANCURT

PAOLA ANDREA GIRALDO SERRATO

UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO

MAESTRÍA EN ADMINISITRACIÓN

ARMENIA 2017

**MACROPROYECTO**

**FACTORES INSTITUCIONALES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO (COLOMBIA)**

**ROYECTO**

**FACTORES INFORMALES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE MAESTRÍA EN EL  
DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO (COLOMBIA)**

LINEA DE INVESTIGACIÓN: PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

ESTUDIANTES:

MARIA ELVIRA MORENO BETANCURT

PAOLA ANDREA GIRALDO SERRATO

Anteproyecto de grado para optar al título de Magister en Administración

TUTOR

XXX

UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO

MAESTRÍA EN ADMINISITRACIÓN

ARMENIA 2017

## Tabla de contenido

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. PRESENTACIÓN</b> .....  | <b>5</b>  |
| <b>2.ÁREA PROBLEMÁTICA</b> .....                                      | <b>7</b>  |
| <b>3. ANTECEDENTES</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>4. JUSTIFICACION</b> .....   | <b>22</b> |
| <b>5. REFERENTE TEÓRICO</b> .....                                     | <b>23</b> |
| Referente conceptual .....  | <b>33</b> |
| Referente normativo.....  | <b>36</b> |
| Referente Contextual.....   | <b>40</b> |
| <b>6. OBJETIVOS</b> .....   | <b>41</b> |
| General .....   | <b>41</b> |
| Objetivos Específicos.....  | <b>41</b> |
| <b>7. METODOLOGÍA</b> .....   | <b>42</b> |
| <b>8. CONSIDERACIONES ÉTICAS</b> .....                                | <b>48</b> |
| <b>9. RESULTADOS ESPERADOS DIRECTOS E INDIRECTOS</b> .....            | <b>50</b> |
| <b>10. IMPACTO (CIENTÍFICO, AMBIENTAL, SOCIAL Y/O ECONÓMICO</b> ..... | <b>51</b> |
| <b>11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b> .....                            | <b>53</b> |
| <b>12. PRESUPUESTO</b> .....  | <b>50</b> |
| <b>13. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....                           | <b>51</b> |
| <b>14. ANEXOS</b> .....   | <b>55</b> |
| <b>ANEXO 1</b> .....  | <b>55</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Modelo de solicitud de autorización, dirigida a directivos de maestrías en el Quindío<br/>para realizar encuestas con sus estudiantes.....</b> | <b>55</b> |
| <b>ANEXO 2.....</b>   | <b>58</b> |
| <b>Modelo de consentimiento informado para estudiantes de maestría en el Quindío.....</b>   | <b>58</b> |
| <b>ANEXO 3.....</b>   | <b>61</b> |
| <b>ACTA DE COMPROMISO .....</b>   | <b>61</b> |
| <b>ANEXO 4.....</b>   | <b>62</b> |
| <b>ENCUESTA .....</b>   | <b>62</b> |

## 1. PRESENTACIÓN

Empíricamente se ha evidenciado la relación efectiva entre el fomento de la actividad empresarial y un set de procesos vinculados con el crecimiento económico; entre ellos, la creación de riqueza, la innovación tecnológica, el estímulo al empleo, el aumento del bienestar social y, en consecuencia, la gestación de territorios más prósperos. La correspondencia entre dichos fenómenos ha estimulado el estudio del proceso empresarial y sus determinantes como disciplina científica en el siglo XXI. De esta forma, la investigación pretende establecer los factores informales que influyen en la intención empresarial en los estudiantes de maestrías del Departamento del Quindío; para tal fin, se esboza una aproximación desde la Teoría Económica Institucional de North (1990). En relación con el hecho en mención, la connotación del cómo y el por qué los individuos se convierten en empresarios, dados unos contextos informales específicos, justifica la presente investigación.

Dado que el soporte teórico asume la incidencia multidimensional de los factores informales sobre la intención empresarial en estudiantes de maestría en el departamento del Quindío, el instrumento metodológico triangula componentes relevantes del entorno y elementos socio-demográficos sobre una población segmentada en factores informales; en concreto la investigación estudia la intención empresarial sobre una muestra de 208 estudiantes de maestría en el departamento.

La investigación aproxima un constructo estilizado para que académicos, hacedores de política pública y en específico, los programas de maestría en el departamento del Quindío, exploren formas y medios de promover y alentar a los empresarios en general, y a los estudiantes en particular sobre el rol del emprendimiento en los próximos tiempos; este propósito ha de ser culminado proporcionando un tratamiento holístico del emprendimiento como motor del desarrollo económico regional.

## 2.ÁREA PROBLEMÁTICA

A escala mundial, luego de cinco (5) años de crisis económica, en el primer semestre de 2017 algunas economías se afianzaron, en tanto que otras, particularmente, las economías emergentes, se han estancado debido al desplome de los precios internacionales de las materias primas. En los mercados financieros internacionales, el primer cuatrienio del año en curso ha sido de alta volatilidad a raíz de las intervenciones de la Reserva Federal en su afán de dar liquidez a la economía norteamericana y sus eventuales repercusiones en la Unión Europea y América Latina.

En los últimos años el Quindío ha sido catalogado como uno de los mejores viveros del país. Este hecho ha generado que la zona se convierta en un destino ideal para pensionados y extranjeros, además de la gran cantidad de turistas que constantemente lo visitan. Sin embargo, la percepción de los quindianos no es tan alagüeña como parece verse desde afuera. Por ejemplo, la percepción de seguridad para los terruños no es equiparable con la reducción del 48% en la tasa de criminalidad, según la Policía Nacional.

En la perspectiva económica, en referencia al denodado tema del desempleo, Armenia sigue ocupando posiciones inferiores; en concreto, el desempleo bajó 0,6% durante el trimestre móvil marzo – mayo de 2017 con relación al mismo periodo de 2016; en consecuencia, Armenia ocupa el tercer lugar del país con mayor índice de desocupación.

En este contexto surge la siguiente pregunta:

**Pregunta de investigación:**

¿Cuáles son los Factores Informales que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de Maestría en el departamento del Quindío (Colombia)?



### 3. ANTECEDENTES

Para los fines de este trabajo, las investigaciones sobre emprendimiento se pueden agrupar en tres vertientes, a saber: estudios internacionales (cross cultural), trabajos nacionales en Colombia e investigaciones a nivel del departamento del Quindío. Estos antecedentes son construidos tomando como base en el proyecto de investigación 825/2017 del grupo de investigación GIGA, denominado *Factores que determinan la intención empresarial de los estudiantes de Administración en América Latina*, que actualmente se encuentra en ejecución.

1. *Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes*, realizado por los investigadores Alejandro Valencia Arias, Loren Cadavid, Diana Carolina Rios Echeverri, Gabriel Awad, (2012) en la Universidad Nacional de Medellín; la investigación fue de tipo exploratorio con diseño no experimental, transversal y de campo. Se realizaron 477 encuestas a estudiantes de la Facultad durante los meses de octubre y noviembre del año 2010, las cuales fueron procesadas con el paquete estadístico R. Se identificaron y caracterizaron cuatro tipologías básicas de estudiantes según sus intenciones emprendedoras, con las cuales se verificó la capacidad explicativa del Modelo de Intención Emprendedora propuesto en el 2005 por Segal, Borgia, y Schoenfeld. Se concluye proponiendo mejoras al Modelo de Intención Emprendedora que permitan incrementar su poder explicativo.

## 2. Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante

**universitario:** GUESSS Pino Medina Brito (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria), Alicia Bolívar Cruz (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria), Ana Isabel Lemes Hernández (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria)

La investigación en el estudio de la intención emprendedora ha experimentado un notable crecimiento. El trabajo se plantea un triple objetivo. En primer lugar, dar a conocer el Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS), proyecto de investigación internacional que explora la intención y actividad emprendedora del estudiante universitario, en el que España participa por primera vez. En segundo lugar, presentar los resultados preliminares de GUESSS sobre una muestra de estudiantes de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria al objeto de explorar su intención en relación con la elección de su carrera laboral. De modo específico, se examina la intención de fundar su propio negocio, y se indaga en variables asociadas con la actividad emprendedora. Por último, contrastar empíricamente el modelo teórico en el que se sustenta el proyecto GUESSS. Tras un estudio descriptivo de los datos y su comparación con los observados en el ámbito internacional, se ha realizado un análisis de regresión lineal. Se observa cómo la intención emprendedora del estudiante universitario se multiplica por seis a los cinco años de haber finalizado los estudios respecto a la que presenta tras concluirlos. Este resultado también se constata a nivel internacional. Asimismo, se detecta que los hombres presentan una mayor vocación emprendedora que las mujeres. El modelo teórico subyacente se confirma parcialmente, al verificarse el efecto que la actitud del estudiante hacia el emprendimiento y el control percibido de su comportamiento ejerce en la intención emprendedora. De los resultados alcanzados se

derivan implicaciones para los docentes, las universidades y la Administración de cara a potenciar la iniciativa emprendedora de los estudiantes.

3. **Tesis Doctoral Factores Que Influyen En Las Intenciones De Creación De Empresas De Los Estudiantes Universitarios Del Departamento Del Quindío (Colombia)**, Edwin Tarapuez Chamorro, Universidad Nacional de Córdoba Doctorado en Ciencias Económicas Orientación Ciencias Empresariales Mención Administración.

El objetivo de la presente tesis doctoral es determinar los factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios de último semestre del departamento del Quindío (Colombia), utilizando la Teoría del Comportamiento Planeado propuesta por Ajzen (1991). Para ello se procedió a la elaboración y validación de un formato de encuesta que incluyó 46 ítems, siguiendo el procedimiento sugerido por Padua et al (2013), que posteriormente fue aplicado a una muestra de 297 estudiantes de las siete universidades de la región.

En el análisis de los datos se utilizaron los siguientes métodos: Análisis de Correspondencias Múltiples, Regresión Logística, Análisis de Contingencia, Método de Ordenamiento de la Relevancia de los Criterios y Análisis Factorial Confirmatorio.

Los resultados muestran que los factores que más influyen en la intención empresarial son: el tipo de universidad (privada) y el área de estudios (Ingeniería y Arquitectura), el hecho de poseer amigos y familiares empresarios, tener una imagen positiva del empresario, la Norma Social según la cual “Es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena” y un conjunto de obstáculos relacionados con las creencias

religiosas, la baja autoconfianza, no tener claro qué empresa crear ni cuándo lo podría hacer, escaso capital, falta de socios, demasiadas obligaciones académicas en la universidad e insuficiente apoyo institucional.

La principal conclusión empírica está relacionada con el hecho que hay un conjunto heterogéneo de factores que influye de manera dinámica sobre la intención de crear empresa en los estudiantes universitarios de último semestre del Departamento del Quindío. Teóricamente se puede concluir que si bien es cierto que la Teoría de la Conducta Planeada provee un marco teórico consistente para el estudio del tema en mención, así mismo es cierto que a pesar de que hay factores que intervienen directamente sobre la intención emprendedora, estos también lo pueden hacer indirectamente a través de su influencia sobre las Creencias y los Valores, y de éstas sobre las Actitudes. De igual manera, se evidencia que otros aspectos adicionales como los Antecedentes Personales y Familiares y el Contexto Sociocultural Regional (Dimensiones de Hofstede), también pueden influir, directa o indirectamente, en la Intención de crear empresa.

- 4. Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor:** un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos, M<sup>a</sup> Isabel Delgado Piña, Luis Gómez Martínez, Ana María Romero Martínez, Elena Vázquez Inchausti, Universidad Complutense de Madrid.

El artículo se concentra en analizar las intenciones de emprender un negocio por parte de un grupo de estudiantes argentinos que cursaban la especialización en Dirección Estratégica

de Recursos Humanos en la Universidad de Buenos Aires. Los resultados del estudio muestran que estos estudiantes desean crear su propio negocio, pero las posibilidades de creación del mismo dependen de varios factores. Entre todos ellos destaca la autoeficacia; aquellos estudiantes que muestran puntuaciones más elevadas en esta variable son los que manifiestan más intención por crear un negocio.

Esta intención, en contra de lo esperado, es menor para los alumnos que señalan poseer más apoyo social. No encontramos que las cargas familiares o la experiencia previa en creación de empresas tengan un efecto significativo; por el contrario, los estudiantes siempre tienen las intenciones de crear empresas para este caso los alumnos que tienen esta idea siempre han mostrado su interés en tener su propio negocio.

El estudio se realizó de manera exploratorio entre los alumnos del curso de Especialización en Dirección Estratégica de Recursos Humanos de la Universidad de Buenos Aires, entre un total de 52 alumnos matriculados, las variables utilizadas en este estudio son: Iniciativa emprendedora, experiencias próximas en creación de empresas, responsabilidades familiares, autoeficacia, y edad.

Para terminar, este estudio no está exento de limitaciones. Entre ellas cabe destacar que, todas las medidas se obtuvieron utilizando una única fuente de información, el cuestionario. La investigación futura debería contrastar los resultados del trabajo utilizando fuentes de información diferentes para las medidas dependientes e independientes. El hecho de que los encuestados sean universitarios también es una limitación porque no se pueden generalizar los resultados al conjunto de los ciudadanos de un país. Por otra parte, de cara al futuro

habría que mejorar las medidas de autoeficacia porque el análisis factorial dio como resultado factores difíciles de interpretar. También en futuros estudios habría que profundizar en la variable apoyo de la familia/amigos debido al resultado que se ha obtenido contrario al esperado. Por último, resultaría interesante replicar el trabajo con otra muestra mayor e incluir otros países.

5. **Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios:** Un Caso de Estudio  
Karla Soria-Barreto, Sergio Zuniga-Jara y Sofía Ruiz-Campo., Universidad Católica del Norte, Escuela de Ciencias Empresariales. Larrondo 1281, Coquimbo-Chile, año 2015.

Este artículo tiene como objetivo analizar el efecto que tiene un curso universitario de estudio de experiencias en emprendimiento sobre la Intención Emprendedora (IE) de los estudiantes que tomaron ese curso. La IE es considerada un requisito previo de la decisión de emprender un negocio y el incremento en los estudios sobre la IE refleja la importancia que se le asigna a este concepto. Los participantes pertenecen a una carrera de ciencias empresariales de una universidad chilena. La investigación sigue una metodología disponible en la literatura y que postula que las variables demográficas, la capacidad percibida y la educación para emprender ayudan a explicar la intención de emprender. Los resultados del estudio muestran que, de un modo global, la IE fue afectada negativamente por el curso. Sin embargo, se obtuvo que los estudiantes que experimentaron el mayor cambio en su voluntad de emprender fueron quienes poseían dos características: consideraban tener los conocimientos, habilidades y experiencia para poner en marcha un nuevo negocio y pertenecían a familias de menores ingresos de renta familiar.

Esta investigación sigue la metodología utilizada por Fayolle y Gailly (2013) y refiere que las variables demográficas, la capacidad percibida (Gries y Naudé, 2011 y Wurthmann, 2014) y la educación para emprender, todas ayudan a explicar la intención de emprender. En concreto, a través del estudio interesa especialmente averiguar cómo la educación emprendedora afecta a la intención emprendedora. Se utilizan variables vinculadas a la teoría de comportamiento planificado más otras variables relacionadas con las denominadas normas sociales (Ajzen, 1991). Esta última variable ha sido considerada por Shapero y Sokol (1982) como “factibilidad percibida” y en el modelo de Davidsson (1995) como "antecedentes personales del estudiante".

La Metodología utilizada fue la aplicación de una encuesta a los estudiantes pre y post curso. La información extraída de ellas permitió comparar la variable Y\_INT\_EMP, cuando no tenían conocimientos concretos sobre emprendimiento (previo al curso), con la opinión de los mismos estudiantes inmediatamente finalizada dicha asignatura. Los estudiantes, a quienes se les aplicó el cuestionario, fueron alumnos de primer nivel de la carrera de Ingeniería Comercial, matriculados en la asignatura denominada "Desarrollo de Actitud Emprendedora". Este curso es el primero de tres a lo largo de la carrera, en el cual los estudiantes profundizan en el concepto de emprender.

Dicho curso posee cinco resultados de aprendizaje: 1) Diferenciar el pensamiento creativo del pensamiento gerencial para el desarrollo de la innovación empresarial; 2) Determinar las ventajas y desventajas del emprendedor para el éxito de empresas nuevas y del intraemprendedor para el éxito en empresas establecidas; 3) Diferenciar los conceptos de emprendimiento, innovación y creatividad orientados hacia la competitividad de las

empresas; 4) Caracterizar el funcionamiento del Ecosistema del Emprendimiento y la Innovación regional; y 5) Ser capaces de organizar un proyecto social o privado utilizando todas las herramientas entregadas en el desarrollo del curso y/o en las asignaturas del primer nivel de la carrera. El curso tiene tres unidades en el curso: 1. Emprendimiento, innovación y creatividad. 2. Innovación e intraemprendimiento. 3. El ecosistema del emprendimiento y la innovación regional.

**6. El Espíritu Emprendedor De Los Estudiantes En Colombia Resultados Del Proyecto Guess Colombia 2016** Claudia Álvarez, Izaias Martins, Tatiana López, Universidad EAFIT.

Este informe presenta y analiza resultados relevantes sobre intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios, así como sus determinantes individuales, familiares, sociales y culturales.

El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia En el proceso se obtuvo valiosa información que permite entender el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios de Colombia.

Los resultados revelan significativos hallazgos sobre intenciones y actividades emprendedoras de gran profundidad de los alumnos universitarios, así como de sus determinantes individuales, familiares, sociales y culturales, que implican valiosos aportes tanto para la discusión académica como para la elaboración de políticas públicas que permitan mejorar los ecosistemas de emprendimiento en el país, en las Ciudades y en las universidades.



El estudio deja abiertas varias líneas futuras de investigación: inicialmente se sugiere ampliar el estudio a estudiantes de maestría y doctorado en Colombia, para tener una visión más objetiva de las actividades emprendedoras en los estudiantes universitarios y contar con datos más objetivos para realizar comparaciones con la muestra internacional. Asimismo, se recomienda ampliar la muestra a un mayor número de universidades y en un mayor número de ciudades del país. Además, se recomienda encaminar análisis estadísticos más profundos con la información del Proyecto guesss Colombia 2016, para la creación de modelos que permitan relacionar distintos factores, con la intención de iniciar nuevas empresas en el emprendimiento al corto y mediano plazo.

Los resultados ilustran la importancia crucial de las universidades en el desarrollo de las intenciones emprendedoras. Por lo tanto, se hace un llamado para que haya una mayor y mejor oferta de cursos en emprendimiento, de modo que no solo se motive a los estudiantes a ser emprendedores, sino a generar espacios valiosos en los cuales puedan realizar redes de contactos significativas para su desarrollo como tales.

Proyecto guesss muestra una vez más el valor único que se encuentra en la colaboración, en los esfuerzos internacionales de investigación.

Se invita a continuar realizando de forma bianual el Proyecto guesss Colombia, para identificar cambios en las intenciones y los determinantes del emprendimiento, al que el comportamiento de emprendedores nacientes, activos y sucesores, en un contexto universitario. De igual modo, se sugiere en un próximo estudio aumentar la proporción de estudiantes por

universidad que participen en las encuestas, para obtener muestras e información más representativa de Colombia.

- Para un próximo Proyecto GUESSS Colombia, se sugiere obtener una muestra repartida de mejor forma en un mayor número de universidades en cada una de las ciudades, así como ampliarla en un mayor número de ciudades del país, debido a que este informe presenta una muestra construida con algunas universidades de las cuatro principales ciudades de Colombia.

- Finalmente, se recomienda encaminar análisis estadísticos más profundos con la información del Proyecto GUESSS Colombia 2016, para la creación de modelos que permitan relacionar factores como área de estudios, género, ambiente emprendedor universitario, contexto familiar y social, percepción del riesgo con la intención de emprender al corto y mediano plazo. De igual forma, se recomienda crear modelos que validen relaciones estadísticas entre factores, como el tamaño de empresa, el grado de compromiso con la empresa familiar, el rendimiento de la empresa familiar, el sector de la empresa familiar, entre otros, con la intención de ser sucesor de una empresa familiar.

7. **Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de cc. ee. y empresariales de Cantabria**, Ana Fernández-Laviada, María Inés Rueda Sampedro, Ángel Herrero Crespo y Empresariales Universidad de Cantabria Avda. Los Castros S/N (2011)

En este trabajo pudimos ver como no solo se enfocaron en analizar la intencion emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencia Economicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria, en los años 2010-2011, sino que analizaron la percepcion que los estudiantes tienen de sus habilidades, formacion y capacidad para crear una empresa, igualmente esta investigacion quiso ir mas alla tratando de buscar como los alumnos encuestados percibian la figura del emprendedor y con cuales contactos contarian dentro del mundo empresarial, con esto se estarian analizando factores informales y formales (instituciones) para tener una percepcion de que en el momento de tener un estudiante la intencion de formar una empresa que es lo que más influye para materializar dicha decisión.

8. **El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización**, Carmen Estela Herrera Guerra, Luz Alexandra Montoya Restrepo, Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá. (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013)

El emprendimiento como campo de investigación es la base de esta investigación la cual ofrece más un referente teórico acerca del emprendimiento y la literatura que este implica, lo que lleva a las investigadoras a realizar una revisión bibliográfica para reunir conceptos, depurarlos y concentrarlos, caracterizando a los diferentes autores sobre el concepto que estos guardan del emprendedor, todo esto servirá de soporte a las investigaciones que ven en el emprendimiento un campo de investigación, el cual debe de estar muy bien soportado sobre unas confiables fuentes literarias las cuales van de la mano con los conceptos de cada autor para que finalmente cada futura investigación inicie con un soporte sólido que le permita dar avances importantes en todo lo referente al emprendimiento.

9. **Intención emprendedora de estudiantes de educación media:** extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición, Fabián Fernando Osorio, Juan Carlos Londoño Roldán.

En este artículo los autores quisieron que el modelo de intención basado en la teoría del comportamiento planificado (TCP) el cual ha sido evaluado empíricamente en la formación de intenciones emprendedoras, en estudiantes universitarios, fuese aplicado a una muestra de estudiantes de colegios de la ciudad de Cali, Colombia, con lo cual se determinó que cuando los estudiantes de colegio están expuestos a actividades de emprendimiento esto tiene un efecto positivo sobre los determinantes de la intención emprendedora, lo que busca el artículo es concientizar que esta línea de investigación se puede continuar con un estudio más sólido que brinde resultados más certeros y sobre todo teniendo en cuenta la diversidad cultural que nos pueden llevar a denotar diferencias considerables.

10. **Elementos para la construcción de un instrumento que permita medir la intención empresarial en estudiantes universitarios de último semestre** por: Edwin Tarapuez Chamorro, María Dolly García González<sup>3</sup>, Nélida Castellano.

En este artículo lo que se pretendió fue crear un instrumento que permita de una manera fácil identificar los factores que influyen en la intención de crear empresas por parte de los estudiantes universitarios de último semestre, de carreras profesionales presenciales del departamento del Quindío (Colombia), Lo que se pretende es diseñar una encuesta inicial la cual será validada por la opinión de 14 expertos en el tema de emprendimiento, de allí se priorizarán unas preguntas las cuales serán estudiadas por 51 estudiantes-jueces”, posteriormente se realizará una prueba piloto con 30 estudiantes y finalmente para seleccionar, por el método de los cuartiles, aquellas que discriminan. El resultado es la encuesta depurada que incluye ítems sobre aspectos personales y familiares, Normas sociales, Imagen y valores, Creencias, aspectos que motivan y obstaculizan la creación de empresas, y preguntas sobre recursos.

#### 4. JUSTIFICACION

El emprendimiento, como tema de investigación y como prioridad para el Gobierno departamental, cada vez cobra más importancia estratégica ya que es un campo de acción que permite potencializar oportunidades de desarrollo regional que promueven la generación de riqueza, el desarrollo tecnológico, aumento de puestos de trabajo, el aumento del valor agregado y el fortalecimiento de la economía regional, entre otros aspectos.

La ejecución del presente proyecto de investigación se justifica por algunos motivos como los siguientes:

- Las personas tienden a crear empresas en el rango de 25 a 44 años (Liles, 1974), por ello es importante enfocarse en los individuos ubicados en este rango de edad y entender qué factores afectan sus intenciones de iniciar una empresa.
- Los países son sólo una sub-dimensión del contexto espacial. Es importante evaluar la influencia de otras sub-dimensiones (Liñán & Fayolle, 2015) como la que en Colombia corresponde a los departamentos.
- De acuerdo con el conocimiento del tema y la revisión de documentos relacionados, no existe a la fecha una investigación que estudie la intención de creación de empresas desde el punto de vista institucional en el departamento del Quindío, a pesar de que ya se han realizado algunos trabajos al respecto (Tarapuez, 2016).
- Estudiar el tema en mención le puede permitir a las instituciones locales o que realizan actividades a nivel regional en el apoyo a la creación de empresas, enfocar sus esfuerzos de manera más estratégica para que se puedan crear más y mejores empresas que dinamicen la economía regional.

## 5. REFERENTE TEÓRICO

Las acepciones teóricas que se derivan de la investigación están delimitadas por la Teoría del Emprendedor y la Teoría Económica Institucional bajo la premisa según la cual, “(...) la decisión de convertirse en empresario y, por lo tanto, la creación de nuevas empresas está condicionada por factores externos o del entorno” (Veciana, 1999: 21). Bajo una mirada retrospectiva sobre la concepción de emprendedor, es valedor asentir que la perspectiva moderna la introdujo Cantillón, quien, citado por Ramírez (2009:99), lo definió como “el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas”. No obstante, en referencia con sus primeras aproximaciones, de acuerdo con Tarapuez & Botero (2007), emprendedor es una idea que “se extrae de la lengua francesa a principios del siglo XVII y originalmente fue empleada para dar una descripción sobre los hombres que participaban en las expediciones militares” (p. 41). A propósito de la visión histórica sobre la figura del emprendedor, destacan los aportes de los clásicos como Adam Smith y David Ricardo, cuyo abordaje equiparó el rol de emprendedor con la figura del capitalista; segundo, las contribuciones schumpeterianas a la construcción teórica del fenómeno, propiamente resaltando el papel de la innovación; tercero, destacan las contribuciones de la escuela austriaca y finalmente, la perspectiva holística sobre el rol del emprendedor ha sido complementada por los legados de Penrose o Knight.

En particular, para Schumpeter (1935), “no todo quien se hace cargo de una empresa es un emprendedor” (Alonso & Fracchia, 2011:4); a todo esto, Schumpeter abordó la figura del emprendedor bajo análisis multidimensionales; considerando tal agente como un ser extraordinario y cuya función consiste en:

Reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo (Schumpeter, 1935).

De otra parte, aunque la síntesis austriaca es factible percibirla a partir de los postulados Schumpeterianos, diverge en el sentido de la apropiación de ciertos legados de la escuela clásica; de esta manera, ambas visiones difieren en su forma y contenido en lo relacionado con el estudio de la empresa, así, la primera aparece como objeto de estudio, haciendo más hincapié en la fuerza del mercado y su relación entre oferta y demanda, emergiendo como énfasis de estudio el equilibrio del mercado y despreocupándose del empresario; mientras tanto, en la segunda visión se hace un llamado a la necesidad de abordar al empresario como un motor del desarrollo económico, desde perspectivas y nociones centradas en el hombre de negocios, director de negocios o mejor llamada perspicacia empresarial (Charry, 2010:166).

En el estudio del proceso empresarial, los hechos estilizados han revelado la importancia de los arreglos institucionales en el desarrollo del sistema; de esta forma, la teoría económica



institucional propuesta por North (1990), proporciona un referente teórico idóneo para explicar un set de variables que influyen en la creación de empresas y en la conducta del emprendedor.

Finalmente, dentro de la corriente de los institucionalistas de la nueva generación destacan Oliver Williamson y Douglass North (Urbano et al., 2007:189). El gran aporte de North fue su contribución al estudio de las instituciones, el cambio institucional y las implicaciones que estas tienen en el desarrollo económico. Al respecto, plantea que “las instituciones son las reglas de juego en una sociedad o, expresado más formalmente, las instituciones serían las limitaciones ideadas por las personas que dan forma a la interacción humana” (Urbano, 2006:22)

### **A nivel internacional**

La intención de crear empresas (IE) es un tema que ha sido abordado por diferentes autores a nivel internacional. En este sentido, la mayoría de estudios realizados se encuentran en Estados Unidos, Europa y Asia. Los académicos y los responsables de las políticas públicas han concentrado gran parte de su atención y esfuerzos en tratar de responder a la pregunta acerca de por qué unas personas escogen ser empresarias y otras no.

En esencia, la decisión del cómo y el por qué una persona se convierte en empresaria está transgredida por diversos elementos; los cuales en palabras de Lee & Wong (2004) pueden ser necesidades, valores, deseos, hábitos, creencias, instituciones o variables sociodemográficas. Expuesto lo anterior, se exponen un compendio de investigaciones a diferente escala y sus principales hallazgos.

Primero, un conjunto sustancial de estudios previos ha indagado sobre la correlación entre la educación y el emprendimiento; al respecto Mushtaq et al (2011) indican una relación positiva entre la educación y el emprendimiento. Por su parte, Obisanya et al (2010) y Zhou et al (2012),

encuentran que los programas de educación empresarial en los estudiantes de pregrado contribuyen a mejorar las intenciones para crear empresas. En la misma línea, para Lee et al (2011), los programas de educación empresarial deben responder a cada contexto cultural donde se desarrollen.

Algunos autores como Ekpoh & Edet (2011) estudian la influencia positiva de la educación empresarial en la definición de las opciones de carrera de los estudiantes universitarios. Gómez et al (2006) y Mushtaq et al (2011), en un sentido similar, encuentran que la educación complementaria y la experiencia laboral de las personas, previa a su titulación universitaria, pueden explicar la propensión de los individuos hacia la creación de empresas.

En cuanto a las áreas académicas de estudio, Birdthistle (2006) encuentra que los emprendedores emanan más comúnmente de las áreas de ingeniería, ciencias y otras disciplinas técnicas, más que de estudios de comercio y negocios. Estos hallazgos, sin embargo, no son concluyentes pues hay otros estudios como el de Osorio et al (2014) para quienes las Facultades de Ciencias Económicas y Administrativas, de Educación y de Ciencias de la Salud cuentan con la mayor cantidad de estudiantes emprendedores.

En virtud del estudio de género y la intención emprendedora, es preciso mencionar que este es el tema de investigación más común en el área respectiva. Arasteh et al (2012), encuentran que la claridad de pensamiento entre las estudiantes universitarias es mayor que la de los varones, sin embargo, el sueño de ser empresario entre los hombres es mayor que el de las mujeres. En un sentido similar, Salazar et al (2014) y Plant & Ren (2010) concluyen que sí existen diferencias de género en las intenciones emprendedoras. Por su parte, Bhandari (2012), Osorio et al (2014) y Tarapuez (2016a) encuentran que el género no es una variable significativa en los planes empresariales futuros de las personas.

Con otro enfoque, algunos autores han documentado sobre los factores demográficos y las características del entorno que estimulan la IE, es decir, al margen de los atributos cognitivos intrapersonales (como los objetivos personales), la “IE está bajo una amplia red de estímulos sociales y culturales” (Dehghanpour, 2015: 459); así, Gasse & Tremblay (2011) analizan las intenciones de crear empresas y las creencias de los estudiantes universitarios en siete países y la influencia de la cultura nacional en sus percepciones (Canadá, Tunisia, Francia, Rumania, Reino Unido, Colombia y Alemania). En su estudio plantean que la dimensión nacional constituye una variable importante en la definición de las intenciones empresariales de los individuos. Este mismo hallazgo es resaltado en los estudios de Franco et al (2010).

En relación con la influencia de los padres sobre los planes empresariales de sus hijos, Bhandari (2012) determina que hay diferencia estadística entre el empleo de ambos progenitores y los planes empresariales de los jóvenes una vez que han finalizado sus estudios de pregrado. Desde otra perspectiva, en el trabajo de Franco et al (2010) no se evidencia un “efecto familia” en las intenciones emprendedoras de las personas, aunque no se descarta cierta influencia positiva.

El estudio GEM Colombia (2013, 52), por su parte, muestra que el porcentaje de empresarios nacientes y nuevos motivados por la necesidad decrece conforme el nivel educativo crece, sin embargo, también se presenta una tendencia creciente de la motivación por necesidad al aumentar la edad. Bhandari (2012), por su lado, no encuentra diferencia estadística entre el propio empleo de los estudiantes y sus planes de crear empresa.

Algunos investigadores del tema, enfocan su atención en las características de la personalidad (Bonnett & Furnham, 1991) para explicar los factores que influyen en la IE. A pesar de algunas variaciones en los estudios, existe una relación manifiesta entre la IE y ciertas características de la personalidad como autoconfianza, habilidad para asumir riesgos, necesidad de logro, locus de

control, factores que no se pueden aislar de las variables del entorno. El locus de control, la claridad de pensamiento y el pragmatismo fueron más altos en estudiantes de posgrado que en alumnos de pregrado (Arasteh et al, 2012).

De acuerdo con algunos autores como Varela et al. (2011), las personas pueden ser presionadas o atraídas por los factores situacionales relacionados con sus antecedentes personales y su vida actual. Desde un punto de vista más amplio, los marcos cultural e institucional también afectan el emprendimiento. En este sentido, si los rasgos genéticos tienen algún impacto sobre la inclinación empresarial, es mejor considerar el efecto de algunos factores contextuales. Es el caso del modelo de Lüthje & Franke (2003) que incorpora rasgos de personalidad y factores del contexto. Su estudio revela que el impacto de la actitud hacia el auto empleo debe ser unida con dos características de la personalidad (propensión a tomar riesgos y locus de control interno) y dos factores del contexto (barreras percibidas y apoyo percibido).

Por otra parte, Veciana et al (2005) examina la deseabilidad, factibilidad e intencionalidad de los emprendedores de acuerdo con el género y la historia empresarial. Encuentran que estos tienen una percepción favorable de la deseabilidad hacia el emprendimiento, sus percepciones hacia ella (la deseabilidad) fueron no positivas y sus intenciones fueron relativamente bajas. Tarapuez (2016a), en un trabajo realizado en el Quindío (Colombia), también encuentra que la gran mayoría de encuestados presenta un bajo interés por emprender. No obstante, para Baumol et al (2009), la prolongada y rigurosa educación puede ser un obstáculo para el emprendimiento de los jóvenes, más aún, teniendo en cuenta los hallazgos de Franco et al (2010), quienes encuentran que los fundadores de las empresas, en su gran mayoría, no tomaron cursos de emprendimiento.

En un estudio realizado por Salazar et al (2014) con estudiantes de postgrado, encontraron que las personas que poseen más recursos son más capaces de generar nuevos recursos por lo que es más probable que sean estas personas quienes se planteen iniciar su trayectoria como emprendedoras.

### **A nivel de Colombia**

En Colombia existe una diversidad de estudios sobre caracterización de los estudiantes emprendedores de las diferentes universidades del país, sin embargo, los trabajos sobre intención de crear empresa son aun relativamente escasos.

Varela et al (2011) encontraron que muchas de las concepciones, creencias, percepciones y valores que la Universidad ICESI (entidad en la que se realizó la investigación) ha tratado de cimentar en sus estudiantes, han sido acogidas positivamente por ellos y que algunos mitos negativos sobre el proceso empresarial se han podido disminuir. Es decir, este componente tiene una influencia positiva en la intención de los estudiantes para crear una empresa. Igualmente encuentran que el fracaso empresarial no es bien visto en Colombia y que los procesos de desarrollo de una nueva cultura empresarial se están desarrollando adecuadamente en la familia y la sociedad.

Por su parte, Rodríguez & Prieto (2009) realizan un estudio comparativo entre estudiantes universitarios de Colombia y de Francia; en sus resultados, estiman que en el caso colombiano el empresarismo es visto como una forma muy respetable de ejercer la profesión y perciben que la norma subjetiva impone en ellos una obligación moral para aportar algo útil a la comunidad a través de la generación de nuevas unidades productivas.

Aunque en el caso de Francia se identifican los valores propios de una carrera profesional con una emprendedora, existen grandes márgenes de duda respecto a las posibilidades que les ofrecería una empresa propia. En los estudiantes colombianos existe, por tanto, coherencia entre las creencias y las actuaciones.

En común, Varela et al (2011) y Rodríguez & Prieto (2009) encuentran que, entre los estudiantes universitarios analizados en Colombia, existe una fuerte cultura emprendedora. Sin embargo, para Rodríguez & Prieto (2009), las oportunidades identificadas y el control de los aspectos financieros de sus proyectos son percibidos como bajos (atraer accionistas, obtener financiación bancaria y fondos de personas cercanas como amigos y familiares).

Finalmente, bajo una perspectiva institucional, Gómez et al (2004), determinan el grado de adecuación de la oferta y la demanda de los servicios de apoyo a la creación de empresas en el municipio de Montería; en sus hallazgos, se evidenció la desarticulación de ambas partes, y el poco encadenamiento y apoyo entre ellas.

### **A nivel del departamento del Quindío**

En el departamento del Quindío los trabajos sobre el emprendimiento son bastante escasos, pues en total se encontraron siete estudios alrededor del tema. Uno de Tarapuez (2007), que analiza la creación de empresas entre los estudiantes de la carrera de Contaduría Pública de la Universidad del Quindío. En él se encuentra que hay un porcentaje muy elevado de estudiantes (92,4%) que no realiza actividades empresariales, sin embargo, el 81% de los encuestados ha pensado en crear su propia empresa, es decir, hay una predisposición para hacerlo, aunque una parte importante de ellos (65,9%) no lo ha hecho por falta de financiación y tiempo disponible para esta actividad.

En el trabajo de Arbeláez et al (2011) se encontró que a pesar de que la cátedra empresarial es obligatoria en los colegios de Colombia, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1014 de 2006, ésta no se cumple en los colegios públicos de la ciudad de Armenia (capital del Quindío). Sin embargo, a pesar de no contar con ella, también se evidencia que los docentes utilizan diferentes modelos pedagógicos y que a través de sus distintas metodologías desarrollan valores que pueden equipararse a los que tienen los empresarios (responsabilidad, trabajo en equipo, autoestima, autonomía). Ello confirma que la educación empresarial no necesariamente debe traducirse en espacios académicos específicos sino en metodologías que incluyan la temática empresarial de manera transversal en el currículo.

La investigación desarrollada por Vélez (2013) entre los estudiantes de los programas de Administración de Empresas del Quindío, encuentra entre otras cosas que: existe una elevada IE (93,3% de los encuestados); los valores que asocian con el emprendedor son: constancia, sentido de oportunidad o de negocio, conocimiento, responsabilidad personal y capacidad de liderazgo; y ser emprendedor es algo que se aprende (70,5% de los encuestados así lo manifiesta).

Osorio et al (2014) analizan a los estudiantes emprendedores de la Universidad del Quindío, entidad pública de educación superior del departamento que lleva su mismo nombre. En este estudio encuentran, entre otras cosas, que el género no influye en la creación de empresas; que las Facultades de Ciencias Económicas y Administrativas, de Educación y de Ciencias de la Salud poseen en su orden la mayor cantidad de estudiantes empresarios; los estudiantes con algún tipo de emprendimiento presentan menor habilidad para la administración y exposición al riesgo que el promedio de la muestra encuestada aunque tienen mayor habilidad de influencia, persuasión, independencia y conformación de red de contactos que ella; trabajar por algo propio es el motivo

más importante que los impulsa a crear sus emprendimientos; en el total de la muestra analizada se encuentra que los principales obstáculos para emprender son: falta de capital, demasiados impuestos, escaso apoyo institucional, riesgo elevado y demasiadas obligaciones académicas.

Con otro enfoque, el estudio de Aristizábal et al. (2015) se apoya en el marco institucional para analizar la intención empresarial en zonas de economía campesina en el departamento; según la matriz de correlación de Pearson, la variable antecedentes familiares es la que representa mayor peso en la intención empresarial en la población objeto de estudio.

Finalmente hay dos estudios de Tarapuez (2016a, b). En el primer trabajo el autor encuentra que la IE de los estudiantes universitarios del Quindío está determinada por un conjunto heterogéneo de factores intrínsecos y extrínsecos, a saber: el tipo de universidad, tener un amigo empresario, la norma social ligada a que es mejor ser empresario que empleado, la imagen positiva del empresario y algunos obstáculos relacionados con la falta de capital, escaso apoyo institucional, demasiadas obligaciones académicas en la universidad, poca claridad sobre qué empresa crear y la falta de socios. En el segundo estudio concluye que el tipo de universidad y la visión de largo plazo que los universitarios perciben en los empresarios regionales son los dos factores que más influyen sobre su intención para crear empresa. El principal aporte de este trabajo se orienta hacia el hecho de que, a pesar de las similitudes culturales que pueden presentarse entre un país y sus regiones, cada territorio genera una dinámica propia cuyas dimensiones culturales influyen en la IE a nivel local.



## Referente conceptual

**Teoría económica institucional:** El constructo teórico institucional se aborda a partir de los aportes conceptuales de North (1990); en particular, el institucionalismo hace referencia a los distintos factores o mecanismos ideados por la sociedad para conducir las relaciones o el comportamiento humano, lo que supone la utilización del concepto “institución” de una manera muy amplia. A la luz del planteamiento anterior, las instituciones “son las normas y reglas restrictivas que rigen en la sociedad, condicionando y dirigiendo el marco de relaciones que se producen en ella” (Díaz et al, 2005: 210).

El desarrollo de la teoría económica institucional ofrece un acercamiento para entender y tratar las diferentes formas de interacción humana, ya sean formales o informales, en el marco general de unas “reglas de juego” establecidas (North, 1993a). Las instituciones afectan al desempeño económico, ya que el marco institucional existente condiciona, mediante la estructura de incentivos y oportunidades, las acciones de los diversos agentes que actúan en la sociedad. De esta manera, los futuros empresarios y sus empresas, como unos agentes económicos más, verán limitadas sus acciones por esta estructura institucional. Las reglas de juego (derechos de propiedad, legislación mercantil, trámites de constitución, ideas, creencias culturales, género, actitudes hacia el empresario, etc.) afectarán a la aparición y desarrollo de las nuevas empresas.

En la actualidad los países buscan el desarrollo de sus regiones y por ello se enfocan en el impulso y en la estimulación de la creación de empresas que ayuden al emprendimiento de sus

ciudades, por ello crean estrategias, en la que se trata de estimular la innovación, la capacidad emprendedora y la flexibilidad del sistema productivo, con el fin de conseguir una ventaja competitiva que los posicione mejor frente a otros territorios (Porter, 1991).

El crecimiento económico, la generación de nuevos empleos y la innovación empresarial, preocupan a la sociedad. La creación de empresas es una de las opciones que ayudan en la solución de muchos de estos problemas. En efecto, el creciente interés que se ha despertado por la creación de empresas como vía de solución a los problemas del desempleo (Birch, 1979, 1987; Birley, 1987; Kirchhoff y Phillips, 1988, 1992; Storey, 1982, 1994; White y Reynolds, 1996), del Desarrollo económico y regional (Dubini, 1989; Kent, 1982; Sexton, 1986; Storey, 1994, Reynolds, Hay y Camp, 1999, 2000, 2001, 2002) y del fomento de la innovación (Acs y Audretsch, 1988; Hisrich y Peters, 1989; Drucker, 1964, 1986; Schumpeter, 1963, 1983); ha llevado a las Administraciones Públicas, tanto en EEUU<sup>2</sup> como en Europa<sup>3</sup>, a arbitrar medidas y programas de apoyo a la creación de empresas.

**Instituciones Informales:** Se definen las instituciones informales como las conductas o códigos de comportamiento adquiridos en la relación diaria con la familia, en las relaciones sociales, en el ámbito profesional, etc.; así, de acuerdo con North (1993:14), las limitaciones informales, “como los códigos de conducta, normas de comportamiento y convenciones, definen mayoritariamente el campo de actuación en el que nos movemos”.

**Empresarios potenciales:** Relación o proporción de estudiantes de maestría que exponen intención de crear empresa y quienes, a su vez, han realizado gestión en el último año para iniciar formalmente el proceso de crear empresa.

**Emprendimiento:** El emprendimiento tiene múltiples definiciones dentro de las cuales podemos resaltar las siguientes:

“ El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico , político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tienen una cuota de incertidumbre e innovación”. (Formichella, 2004)

“Emprender es perseguir la oportunidad mas allá de los recursos que se controlen en la actualidad”. (H.H, 2000)

“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 las organizaciones existente, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”.

Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se le denomina

emprendedor: La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se uso para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a que iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo la incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el termino se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque este no tenga fines económicos.

La diferencia entre el emprendedor y el individuo en común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrenar problemas. Es un individuo que no solo sabe “mirar” su entorno sino también “ver” y descubrir las oportunidades que están ocultas: Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, no dejarse vencer por temores.

### **Referente normativo**

El marco legal de este proyecto de investigación está conformado por las siguientes normas legales que orientan el emprendimiento en Colombia, a saber:

Constitución Política: principalmente, su artículo 38 sobre libertad de asociación, artículo 333 sobre libertad económica y el artículo 158 sobre unidad de materia.

Ley 29 de 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.

Decreto 393 de 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.

Decreto 585 de 1991, por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones.

Ley 344 de 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se concede unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

Ley 550 de 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para 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. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó Ley Mipyme, posteriormente fue modificada por la Ley 905 de 2004.

Ley 789 de 2002, por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo. Con esta ley se crea el Fondo Emprender (art. 40), como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

Decreto 934 de 2003, por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender.

Resolución 470 de 2005 de la Superintendencia Financiera, que permitió el establecimiento de Fondos de Capital Privado.

Ley 1014 de 2006, por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno nacional.

Decreto 4466 de 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

Decreto 2175 De 2007, sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado.

Sentencia C-392 de 2007 de la Corte Constitucional, 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 la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como empresas unipersonales.

Ley 1258 de 2008, por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas (SAS).

Ley 1429 de 2010, por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Esta ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

## **Referente Contextual**

El proyecto de investigación se realizará en el Departamento del Quindío, cuya capital es la ciudad de Armenia. Es uno de los treinta y dos departamentos de Colombia. Se encuentra ubicado en el centro-oeste de la nación, en la región andina y específicamente en la zona conocida como el triángulo del café o eje cafetero, conformado por los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío. El Quindío limita hacia el norte con Risaralda, al oriente con el Tolima y al occidente con el Valle del Cauca. Tiene una extensión de 1845 km<sup>2</sup>, convirtiéndose en el penúltimo departamento más pequeño de Colombia y el tercero más densamente poblado.

Uno de los problemas más graves en Armenia es la crisis económica y dado que la vigencia del plan de ordenamiento territorial se extenderá a lo largo de dieciséis años, durante los cuales se espera un buen desarrollo económico en la ciudad, lo más inteligente es que se tenga en cuenta y se motive a la población universitaria en todo lo relacionado con la creación e innovación de empresas, porque una economía no se reactiva siempre con las mismas estrategias, pues de no replantearse ni innovarse cada día, quedaremos en el mejor de los casos en la misma situación actual; de ahí la importancia de conocer la intención emprendedora de los estudiantes de último semestre en pregrado de las diferentes universidades del Departamento del Quindío.



## **6. OBJETIVOS**

### **General**

Analizar los factores informales que influye en la intención de creación de empresas por parte de los estudiantes de Maestría en el Departamento del Quindío (Colombia)

### **Objetivos Específicos**

- Analizar Los factores personales que favorecen o dificultan la creación de empresas en la actualidad.
- Identificar los factores del entorno que favorecen o dificultan la creación de empresas en la actualidad.
- Analizar los factores familiares que favorecen o dificultan la creación de empresas en la actualidad.
- Identificar los factores culturales que favorecen o dificultan la creación de empresas en la actualidad.

## 7. METODOLOGÍA

### **Enfoque:**

Por el nivel de conocimiento que se espera adquirir este es un estudio de enfoque cuantitativo, de alcance exploratorio-descriptivo; de acuerdo con la estructura del proyecto y con el tipo de información que se recolecta la investigación es de carácter cuantitativo.

**Alcance de la investigación:** Se pretende determinar el alcance de la investigación a través de la muestra de Estudiantes de Maestría del Departamento del Quindío, para determinar la intencionalidad que estos pueden llegar a tener, de formar o crear empresa; la investigación pretende identificar los factores informales que influyen en dicha intencionalidad y para ello el proyecto se presentará en el segundo semestre del año 2017 y una vez aprobado se ejecutará durante la vigencia del año 2018.

La investigación no pretende crear falsas expectativas en lo relacionado con la creación de empresas por parte de los Estudiantes de Maestría del Departamento del Quindío; por el contrario, se quiere identificar los aspectos informales que influyen en estos a la hora de tomar una decisión de emprendimiento y que esta información recopilada de manera responsable, acertada y validada sirva de referente para las instituciones formales que apoyan el emprendimiento en el Departamento del Quindío.

## **Población y muestra**

Este trabajo contempla la obtención de información de un grupo de personas: estudiantes de maestría de diferentes áreas de conocimiento en el Departamento del Quindío.

El universo poblacional lo constituyen los aproximadamente 450 estudiantes<sup>1</sup> de 13 maestrías presenciales de diferentes áreas del conocimiento, que actualmente adelantan sus estudios en el departamento del Quindío. Estas maestrías son:

*Universidad del Quindío:* Maestría en Ingeniería, Maestría en Ciencias de la Educación, Maestría en Biomatemáticas, Maestría en Ciencias - Biología Vegetal, Maestría en Ciencias de los Materiales, Maestría en Química, Maestría en Administración, Maestría en Ciencias Biomédicas y Maestría en Prevención de Riesgos Laborales.

*Universidad La Gran Colombia:* Maestría en Dirección de Organizaciones y Maestría en Derecho Público.

*Universidad Pontificia Bolivariana:* Maestría en Administración.

*Universidad de San Buenaventura:* Maestría en Educación.

El universo poblacional lo constituyen los 450 estudiantes de maestría del Quindío. Para calcular el tamaño de la muestra para esta población, con un error estándar del 5% y un nivel de confianza del 95%, se tiene una muestra de 208 personas que serán elegidas mediante una muestra aleatoria proporcional al tamaño de cada una de las universidades participantes con sus programas de maestría.

---

<sup>1</sup> Este dato se actualizará con el número de estudiantes matriculados en 2018, una vez se inicie la investigación.

$Z = 1,96$  para un nivel de confianza ( $\beta$ ) del 95%

$\sigma = \text{varianza} = 0,5$

$N = \text{población} = 450$

$e = \text{error} = 5\%^2$

Fórmula utilizada:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{Z^2 \sigma^2 + (N - 1) e^2}$$

$$n = 208$$

### **Criterios de inclusión y exclusión de la población:**

Serán incluidos los Estudiantes de 13 maestrías presenciales de diferentes áreas del conocimiento, que actualmente adelantan sus estudios en el departamento del Quindío y serán excluidos todos aquellos estudiantes que en el momento de ejecución del proyecto no se encuentren matriculados en el nivel maestría.

---

<sup>2</sup> Aunque la sumatoria del error y el nivel de confianza no necesariamente deben sumar 100%.

**Cuadro de operacionalización de variables:**

| <b>FACTORES</b>        | <b>VARIABLES</b>  |
|------------------------|---|
| <b>FACTOR PERSONAL</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intención, Deseo</li> <li>2. Dinero, Inversión</li> <li>3. Experiencia</li> <li>4. Edad</li> </ol>  |
| <b>FACTOR ENTORNO</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyo de Instituciones</li> <li>2. Políticas Gubernamentales</li> <li>3. Incentivos, reducción de impuestos</li> <li>4. Amigos Empresarios</li> </ol> |
| <b>FACTOR FAMILIAR</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyo de la familia</li> <li>2. Herencia de Empresarios</li> <li>3. Edad</li> <li>4. Estado Civil</li> </ol>  |
| <b>FACTOR CULTURAL</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nivel de Estudio</li> <li>2. Creatividad e Innovación</li> <li>3. Región</li> <li>4. Conocimiento</li> </ol>  |

**Técnicas e instrumentos de recolección:** Para la recolección de la información se tomarán los formatos validados por Díaz (2003), se aplicará una encuesta a través de un cuestionario de auto aplicación. (anexo 1)

**Ordenamiento de datos:** Para el procesamiento de la información se utilizará el programa estadístico Stata 12.0.

**Plan de análisis de información:**

Para el examen de la información obtenida se efectuará un análisis descriptivo y se hará un análisis multivariado de Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) y se realizará un análisis inferencial mediante la técnica de Regresión Logística (RL).

El ACM es una metodología descriptiva de carácter multivariante que permite la reducción de una gran cantidad de información a un pequeño número de modalidades de variables cualitativas asociadas, con la menor pérdida posible de información. Este método busca revelar la asociación o similitud, por cercanía, que existe entre las modalidades, mediante diagramas de dispersión, conocidos también como planos factoriales; además requiere que los datos representen las respuestas de un grupo de individuos a un conjunto de preguntas.

La RL, por su parte, es una de las técnicas de análisis estadístico inferencial que se usa para predecir el resultado de una variable dependiente categórica y dicotómica (sólo acepta dos posibles respuestas), es decir, aquella cuyos elementos de variación tienen carácter cualitativo y adopta modalidades de variables explicativas en función de la variable dependiente; esta técnica valora la contribución de diferentes factores en la ocurrencia de un evento simple (De La Fuente, 2011). Los resultados se obtienen comparando el resultado de las modalidades presentes en la

tabla, con la casilla de referencia (no presente en la tabla) mediante el criterio de la razón de proporciones.

## **8. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

De acuerdo con la resolución 08430 de 1993 esta investigación es considerada sin riesgo. En cuanto a los aspectos éticos y bioéticos es preciso realizar las siguientes aclaraciones:

En primer lugar, el trabajo se realizará bajo los principios de honestidad, responsabilidad e imparcialidad, teniendo en cuenta que el grupo investigador comunicará a la muestra por estudiar los verdaderos alcances de la investigación, se cumplirán los compromisos pactados en cuanto a la forma de toma, procesamiento y resguardo de la información obtenida y se garantizará que la encuesta puede ser respondida en un tiempo promedio adecuado que puede ser dedicado por las personas bajo estudio cuando ellas así lo definan.

Se reconoce la particularidad de cada uno de los estudiantes de maestría que se analizarán en este trabajo y dentro de cada uno de ellos se sabe de la particularidad que cada persona encuestada o entrevistada representa en su propia individualidad.

La buena gestión de la información que garantice verosimilitud en el procesamiento de los datos y en la interpretación de los mismos, busca lograr un análisis empírico de precisión que genere coherencia entre los diferentes componentes de este proyecto de investigación. El rigor metodológico permitirá que el proyecto utilice instrumentos y técnicas acordes con el marco teórico y los objetivos propuestos.



En cuanto al manejo de información sensible, en los formatos de encuesta no se solicitan datos personales. La información que se recopile se manejará a través de una matriz de datos a la que solamente tendrán acceso los integrantes del equipo de investigación y su uso se limitará exclusivamente a fines académicos. No se contempla compartir la matriz de datos con ninguna otra persona o entidad interesada en el tema.

Teniendo en cuenta que las investigadoras son estudiantes de Maestría en Administración de la Universidad del Quindío quienes realizaran el trabajo de grado en calidad de estudiantes investigadores, se prevé que las mismas queden excluidas de la muestra para evitar conflicto de intereses.

## **9. RESULTADOS ESPERADOS DIRECTOS E INDIRECTOS:**

Los siguientes son los resultados directos e indirectos que se esperan con la ejecución del proyecto de investigación:

Determinar cuáles son los principales factores informales que influyen en las intenciones de creación de empresas en los estudiantes de maestría en el departamento del Quindío.

Utilizar estos resultados para la orientación de políticas públicas que fortalezcan la intención de creación de empresas entre la población de estudio, de tal manera que se aliente el paso hacia la creación de nuevas unidades productivas.

Brindar información actualizada a investigadores, gobernantes locales, líderes políticos y hacedores de políticas, acerca de los factores informales que determinan la creación de empresas en el departamento.

Los grupos interesados en el tema del emprendimiento podrán conocer cuáles son los factores informales que influyen en la creación de empresas en el departamento del Quindío.

En cuanto a la devolución de los resultados, es preciso aclarar que se enviará el texto de una ponencia o artículo (lo que primero ocurra) por correo electrónico, a las personas que hayan respondido la encuesta o la entrevista de esta investigación.

## **10. IMPACTO (CIENTÍFICO, AMBIENTAL, SOCIAL Y/O ECONÓMICO)**

La investigación propuesta en este proyecto representa una serie de impactos positivos en diferentes campos, a saber, científico, ambiental, social y/o económico.

A nivel científico este estudio nos permitirá definir qué aspectos institucionales informales pueden estar determinando la creación de empresas por parte de los estudiantes de maestría en el departamento del Quindío. El entendimiento de estos factores puede conllevar a la implementación de políticas regionales que promuevan la creación de empresas en la región, con el consecuente mejoramiento del ecosistema para el emprendimiento.

Al ser la iniciativa privada la que jalona en gran medida el desarrollo económico de los países de corte capitalista, como lo son casi la totalidad de las naciones de América Latina, el tema de intención de crear una empresa reviste una importancia crucial como motor para dinamizar el aparato productivo regional. Su impacto social y económico se traduciría en el aumento positivo de indicadores relacionados con producción, empleo e ingresos, además de los ajustes institucionales que puedan realizarse con base en el estudio que se realice.

En el plano social, además, este estudio representa una importancia significativa ya que de él se pueden obtener resultados que sirvan como base para intensificar la acción gubernamental y de las ONG encargadas de promover el desarrollo social, para liderar y ejecutar estrategias que busquen mejorar la calidad de vida, la seguridad y la convivencia a través de acciones tendientes hacia la generación de empleo mediante la creación de empresas.

En cuanto a la importancia e impacto político del estudio en cuestión, se encuentra que el

mismo contribuye a mejorar el cumplimiento de algunas leyes y normas de carácter nacional que tienen directa implicación a nivel regional.

Por otra parte, las instituciones informales, al incluir un conjunto de costumbres, valores y creencias de un grupo de personas, pueden contribuir a entender mejor la cultura empresarial de la región y a determinar qué aspectos de la misma, pueden estar afectando las intenciones de crear empresas entre la población del departamento.

**11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

|   | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 | Mes 1 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Elaboración del Anteproyecto                                | ■     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Presentación del Anteproyecto                               |       | ■     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Aprobación del Proyecto                                     |       |       | ■     |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Elaboración y codificación de matriz de datos               |       |       |       | ■     |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Análisis de la información recopilada                       |       |       |       |       | ■     |       |       |       |       |       |       |       |
| Aplicación de las técnicas ACM y RL                         |       |       |       |       |       | ■     |       |       |       |       |       |       |
| Entrega resultados parciales a la ACR                       |       |       |       |       |       |       | ■     |       |       |       |       |       |
| Elaboración de conclusiones, limitaciones y recomendaciones |       |       |       |       |       |       |       | ■     |       |       |       |       |
| Redacción del primer borrador del documento consolidado     |       |       |       |       |       |       |       |       |       | ■     |       |       |
| Revisión y ajustes del informe final                        |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | ■     |       |
| Sustentación del Proyectos                                  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | ■     |

## 12. PRESUPUESTO

| <b>PRESUPUESTO GENERAL</b>   |                     |       |
|--|---------------------|-------|
| DESCRIPCION  | VALOR               | TOTAL |
| MATERIALES:<br>1.Fotocopias<br>2.Libros                              | \$ 450.000          |       |
| RECURSO HUMANO:<br>1.Investigadoras<br>2.Auxiliares de Investigación | \$ 12.500.000       |       |
| GASTOS VARIOS<br>1.Transporte<br>2.Alimentacion<br>3.Servicios Web   | \$ 600.000          |       |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$13.550.000</b> |       |

| <b>PRESUPUESTO GLOBAL EFECTIVO (pesos) POR VIGENCIAS</b>             |                     |             |              |
|--|---------------------|-------------|--------------|
| RUBROS   | VALORES             |             |              |
|  | I SEMESTRE          | II SEMESTRE | III SEMESTRE |
| MATERIALES:<br>1.Fotocopias<br>2.Libros                              |                     | \$ 300.000  | \$ 150.000   |
| RECURSO HUMANO:<br>1.Investigadoras<br>2.Auxiliares de Investigación | \$1.000.000         | \$6.500.000 | \$5.000.000  |
| GASTOS VARIOS<br>1.Transporte<br>2.Alimentacion<br>3.Servicios Web   | \$ 150.000          | \$ 400.000  | \$ 50.000    |
| subtotales   | \$ 1.150.000        | \$7.200.000 | \$ 5.200.000 |
| <b>TOTAL EFECTIVO</b>  | <b>\$13.550.000</b> |             |              |

### 13. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Valencia Arias, A., Cadavid, L., Rios Echeverry, D. C., & Awad, G. (2012). Factores que inciden en las Intenciones Emprendedoras de los Estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57).

Medina Brito, P., Bolívar Cruz, A., & Lemes Hernández, A. I. (2014). Un Paso Mas en la Investigacion de la Intencion Emprendedora del Estudiante Universitario: Guesss. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*(2), 63-80.

Tarapuez Chamorro, E. (2015). *Factores que Influyen en las Intenciones de Creacion de Empresas de los Estudiantes Universitarios del Departamento del Quindio, Colombia*. Armenia: Licencia Creative commons Atribucion- No Comercial.

Delgado Piña, M. I., Gomez Martinez, L., Romero, M. A., & Velasquez Inchausti, E. (2008). Determinantes Sociales y Cognitivos en el Espiritu Emprendedor: Un Estudio Exploratorio entre Estudiantes Argentinos. *Cuaderno de Gestion*, 8, 11-24.

Barreto, C. S., Zuñiga Jara, S., & Campo Ruiz, S. (2016). Educacion e Intencion Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formacion Universitaria*, 9(1), 25-34.

Alvarez, C., & Martins, I. L. (Marzo de 2017). El Espiritu Emprendedor de los Estudiantes en Colombia. *Resultado del Proyecto Guesss Colombia 2016*. Medellin, Antioquia, Colombia: Universidad EAFIT.

Laviada Fernandez, A., Sampetro Rueda, M. I., & Crespo Herrero, A. (2011). Estudio de la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Facultad de CC. EE y Empresariales de Cantabria. *XVI Congreso AECA "Nuevo Modelo Economico: Empresa, Mercados y Cultura"*. Cantabria, Santander, España: Universidad de Cantabria.

Guerra Herrera, C. E. (Julio de 2013). El Emprendedor: Una Aproximacion a su Definicion y Caracterizacion. *Punto de Vista, IV(7)*, 7-30.

Osorio, F. F., & Roldan Londoño, J. C. (2015). Intencion Emprendedora de Estudiantes de Educacion Media: Extendiendo la Teoria del Comportamiento Planificado Mediante el Efecto Exposicion. *Cuadernos de Administracion* , 28(51), 103-131.

Tarapuez Chamorro, E., Garcia Gonzanez, M. D., & Nelida, C. (2015). Elementos para la Construccion de un Instrumento que permita medir la Intencion Empresarial en Estudiantes Universitarios de Ultimo Semestre. *Revista de la Facultad de Ciencia Economicas y Adminstrativas* , XVI(2), 209-227.



Veciana, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 8(3), 11-36.

Alonso, C. y Fracchia, E. (2011). El emprendedor schumpeteriano: Aportes a la Teoría Económica Moderna. *Revista de Administración, Finanzas y Economía*, 5(1), 1-22

Charry, G. P. (2010). Empresarialidad y Empresa: una aproximación desde la escuela austriaca. *Estudios Gerenciales*, 26(115), 161-178.

Gómez, L., Urbano, D., & Veciana, J. M. (2004). Medidas de apoyo a la creación de empresas en el caribe colombiano. Análisis de la oferta y la demanda de servicios. *Investigación y desarrollo*, 12(2), 372-395.

Ramírez, A. R. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión* (26), 94-119.

Shumpeter, J. (1935). Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico. México: Fondo de cultura económica.

Tarapuez, E., & Botero, J. J. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de administración*, 20(34), 39-63.

Urbano, D. (2006). La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora. Catalunya: Col.lecció d'estudis. CIDEM.

Varela V., R. (2011). Global Entrepreneurship Monitor. Santiago de Cali.

(Alvarez & Martins, 2017) (Alvarez & Martins, 2017)

## 14. ANEXOS

### ANEXO 1

**Modelo de solicitud de autorización, dirigida a directivos de maestrías en el Quindío para realizar encuestas con sus estudiantes.**

Señor (a)

Director (a) Maestría XXX

Armenia

Cordial saludo

El Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento (GIGA) de la Universidad del Quindío (Colombia), se encuentra categorizado en Colciencias y actualmente está desarrollando el proyecto de investigación denominado FACTORES INSTITUCIONALES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO (COLOMBIA).

Dentro de las poblaciones a estudiar está la de estudiantes de maestría de los diferentes campos del conocimiento en el Quindío. Por tal motivo requerimos su colaboración para recopilar la información de los estudiantes de la maestría que usted dirige acerca de aspectos relacionados con sus opiniones sobre las instituciones formales e informales que influyen sobre la creación de empresas en el departamento. Las preguntas se responden con “click” en la página de internet [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com), en un tiempo aproximado de 10 minutos. Los estudiantes pueden retirarse de la encuesta en el momento en que lo crean conveniente o, si es del caso, podrán continuar en otro momento.

La información recopilada se almacenará en una matriz de datos para ser administrada con el programa Stata y a ella solamente podrán acceder los investigadores del proyecto. La información particular de sus estudiantes no será facilitada a ninguna otra persona natural ni jurídica, además que las encuestas son anónimas y no se solicitan datos personales de contacto.

Si los estudiantes tuvieran preguntas o inquietudes sobre el diligenciamiento de los datos, podrán comunicarse con nosotros en cualquier momento, al correo electrónico que aparece al pie de este correo. Los resultados del proyecto se presentarán en una ponencia o se publicarán en una revista, este documento será socializado por correo electrónico, en primera instancia, con los directivos de las maestrías participantes. El diligenciamiento de la encuesta es de carácter voluntario y no incluye ningún tipo de pago o emolumento a quienes la hicieren.

En este sentido, solicitamos su valiosa colaboración para reenviar el siguiente link a sus estudiantes, donde ellos encontrarán la encuesta: XXXXXXXXXXXX. De antemano agradecemos su valiosa atención y quedamos atentos a una pronta y positiva respuesta.

Edwin Tarapuez

Investigador principal

Email: eitarapuez@uniquindio.edu.co

Celular: 315.774.85.26

Armenia, Quindío, Colombia

## ANEXO 2

**Modelo de consentimiento informado para estudiantes de maestría en el Quindío.**

Señores estudiantes

Maestría XXXX

Armenia

Cordial saludo.

El Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento (GIGA) de la Universidad del Quindío (Colombia), se encuentra desarrollando el proyecto de investigación denominado FACTORES INSTITUCIONALES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO (COLOMBIA).

Dentro de las poblaciones a estudiar está la de estudiantes de maestría de los diferentes campos del conocimiento en el Quindío. Por tal motivo requerimos su colaboración para recopilar su

punto de vista acerca de aspectos relacionados con las instituciones formales e informales que influyen sobre la creación de empresas en el departamento. Las preguntas se responden con “click” en la página de internet [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com), en un tiempo aproximado de 10 minutos. Los estudiantes pueden retirarse de la encuesta en el momento en que lo crean conveniente o, si es del caso, podrán continuar en otro momento.

La información recopilada se almacenará en una matriz de datos para ser administrada con el programa Stata y a ella solamente podrán acceder los investigadores del proyecto. Su información no será facilitada a ninguna otra persona natural ni jurídica, además que no solicitamos ningún tipo de datos personales. Si usted tuviera preguntas o inquietudes sobre el diligenciamiento de los datos, puede comunicarse con nosotros en cualquier momento al teléfono celular que aparece al pie de este correo.

Los resultados del proyecto se presentarán en una ponencia o se publicarán en una revista, este documento será socializado por correo electrónico, en primera instancia, con los directivos de las maestrías participantes. El diligenciamiento de la encuesta es de carácter voluntario y no incluye ningún tipo de pago o emolumento a quienes la hicieren.

El diligenciamiento de la encuesta es de carácter voluntario y no incluye ningún tipo de pago o emolumento a quienes lo hicieren.

Cordialmente,

Edwin Tarapuez, Investigador principal

Email: [eitarapuez@uniquindio.edu.co](mailto:eitarapuez@uniquindio.edu.co)

Celular: 315.774.85.26

Armenia, Quindío



## ANEXO 3

**ACTA DE COMPROMISO**

Como investigadores del proyecto **“Factores institucionales que influyen en la intención emprendedora en el departamento del Quindío (Colombia)”** nos comprometemos a cumplir con los aspectos éticos y bioéticos mencionados anteriormente.

Firmas:

Maria Elvira Moreno Betancurth

Paola Andrea Giraldo Serrato

## ANEXO 4

**ENCUESTA**

Por favor, marque con una X la alternativa que corresponda.

En algunas preguntas hay una línea adicional para que pueda anotar la respuesta que corresponda si ninguna de las respuestas standard es adecuada en su caso.

1. ¿Considera usted deseable el crear o fundar una empresa propia?

Si .....

No .....

2. ¿Considera usted que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?

Más fácil .....

Más difícil .....

3. ¿Cuáles son a su juicio los factores que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad?

.....

.....

.....

.....

.....

4. ¿Cuáles son a su juicio los principales factores que dificultan la creación de una nueva empresa en la actualidad?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ¿Ha pensado usted seriamente en crear o fundar una empresa propia?

- a) No, nunca.....
- b) No, pero pienso integrarme en una empresa de la familia .....
- c) Sí, vagamente .....
- d) Sí, seriamente .....
- e) Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa .....
- f) Estoy en el proceso de crearla .....
- g) Ya la tengo creada ..... ¿En qué año?.....

Si la respuesta anterior es afirmativa...

6. En caso de querer crear la empresa, ¿a cuánto tiempo vista?

- a) En cuanto termine mis estudios.....
- b) En uno o dos años vista.....
- c) De tres a cinco años vista.....
- d) En más de cinco años vista.....
- e) No lo tengo decidido.....

7.¿Cuáles son o serían para usted los motivos para crear una empresa propia?

(No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los Importantes)

|  | MUY IMPORTANTE           | IMPORTANTE               |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Independencia personal<br>(libertad de decisión y de acción) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

|  |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
| adecuado o de alcanzar mis objetivos en otros campos             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Insatisfacción en la ocupación anterior                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Conseguir una retribución justa a mi trabajo                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Posibilidad de poner en práctica mis propias ideas               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Afán de independencia económica                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Estar al frente de una organización y /o dirigir un grupo humano | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Invertir un patrimonio personal                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Conseguir un patrimonio personal                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tradición familiar   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Prestigio o status del/de la empresario/a                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Crear algo propio  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

8. ¿Cuáles son o serían para Vd. los frenos o reparos a la creación de una empresa propia?

(No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o Importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los Importantes)

|                                   | MUY IMPORTANTE           | IMPORTANTE               |
|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Riesgo demasiado elevado          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Situación económica (competencia) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Falta de capital inicial          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cargas fiscales                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Problemas con el personal         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Buenas perspectivas de “hacer     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

|  |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
| carrera” con un empleo a sueldo                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Falta de sueldo mínimo asegurado                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Temor a fracasar y quedar en ridículo                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Imagen negativa del/de la empresario/a                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ingresos irregulares al ser<br>residuales                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tener que trabajar demasiadas<br>horas                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Falta de conocimientos y experiencia<br>en dirección de empresas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dudar de mi capacidad de empresario/a                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Retiro y jubilación insatisfactorios                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

#### Atributos personales

9. Conteste a las siguientes preguntas escogiendo las respuestas D, C, B, A, según se sienta personalmente más identificado y cómodo con cada una de ellas.

El significado de cada respuesta es el siguiente:

- D NO,NUNCA
- B BASTANTE, a menudo
- C POCO, Alguna vez
- A SI,SIEMPRE

“EN EL CASO DE NO SABER QUÉ CONTESTAR O DE NO TENER UNA OPINIÓN SOBRE LA PREGUNTA PLANTEADA, SE MARCARÁ UNA” D C B A

- D NO,NUNCA
- B BASTANTE, a menudo
- C POCO, Alguna vez
- A SI,SIEMPRE

- ¿Me considero una persona adaptable los cambios?
- ¿Siento auto confianza en mis capacidades y posibilidades personales y profesionales?
- ¿Tengo autodisciplina a la hora de llevar a término un trabajo?
- ¿Considero importante disponer de autonomía en el trabajo?
- ¿Me gusta prever y anticipar los hechos?
- ¿Tengo facilidad para comunicarme con otras personas?
- ¿Me considero un persona creativa a la hora de resolver los problemas?
- ¿Siento curiosidad por conocer temas nuevos o maneras diferentes de hacer las cosas?
- ¿Dedico las horas que hagan falta a hacer bien un trabajo o tirar adelante un proyecto?
- ¿Me enfrento a las dificultades de forma animada y optimista?
- ¿Me considero una persona emocionalmente estable?
- ¿Me considero una persona perseverante?
- ¿Me considero una persona entusiasta a la hora de iniciar nuevos proyectos?
- ¿Tolero bien los fracasos y los utilizo para aprender?
- ¿Me gusta tomar la iniciativa en situaciones complejas o delicadas?
- ¿Me gusta imaginarme la evolución y desenlace de los proyectos que empiezo?
- ¿Me gusta sentirme independiente?
- ¿Me estimula enfrentarme a nuevos retos?
- ¿Asumo la responsabilidad de mis decisiones tanto si son acertadas como erróneas?
- ¿Tengo predisposición para asumir riesgos moderados?

10. En una escala de 1 a 10, determinar en qué medida se siente usted es una persona emprendedora, llena de ideas e iniciativas para poner en práctica en su trabajo.

Muy poco emprendedora 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muy emprendedora 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

11. Valore cada uno de los siguientes atributos relativos al empresario/a :

#### ATRIBUTOS

A: Estoy totalmente de acuerdo

B: Estoy de acuerdo

C: Estoy en desacuerdo

D: Estoy totalmente en desacuerdo

E: NS/NC

Son personas dinámicas

Tienen gran capacidad de organización

Tienen grandes dotes financieras y de gestión

Su mentalidad es innovadora

Son personas muy preparadas profesionalmente

Son capaces de asumir riesgos en su empresa

Tienen una gran visión de futuro

Invierten dinero

Crean empleo

Ayudan al desarrollo del país

Ganan mucho dinero

Son capaces de dialogar con los/las trabajadores/as

Son personas morales y honradas

Son personas con claro criterio de justicia social

12. Puntúe la valoración que a su juicio tienen las siguientes profesiones en la sociedad:

PROFESIÓN 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Maestro/a

Abogado/a

Médico/a

Ingeniero/a

Economista

Empresario/a

Directivo/a de empresa

Periodista

Físico/a

Psicólogo/a

Publicitario/a

Químico/a

Sociólogo/a

Traductor /a e Intérprete

Funcionario

Agricultor/Ganadero

13. Rango de edad en la que usted se encuentra

Entre 21 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 45 años

Más de 45 años



14. Sexo:

1. Masculino

2. Femenino

15. Lugar de nacimiento:.....

16. Lugar de residencia:.....

17. ¿Cuál es su profesión? :

Profesión liberal.....

Empresario.....

Directivo de empresa.....

Obrero.....

Empleado Administrativo.....

Funcionario.....

Otra.....  cual? .....

18 ¿Trabaja en la actualidad?:

Sí

No

19. En caso negativo : ¿Situación actual?

Desempleado .....

Cursando estudios .....

No buscatrabajo.....

Otras .....

20. Encaso afirmativo, ¿En qué tipo de trabajo?

.....

¿En qué sector?

Construcción y contratas.....

Fabricantes.....

Transportes y Comunicación.....

Mayoristas.....

Detallistas.....

Finanzas, Seguros y Bienes raíces.....

Servicios.....

Otros....  cual? .....

21. ¿Participa o ha participado usted en algún tipo de asociación de carácter benéfico, deportivo, religioso, político,...?

Sí

No

22. En caso afirmativo, indicar la naturaleza de la asociación:

.....

23. Profesión del padre:

Profesión libera.....

Empresario.....

Directivo de empresa.....

4. Obrero.....

Empleado Administrativo.....

Funcionario.....

Otra .....  Cual? .....

24. Profesión delamadre:

Profesión liberal.....

Empresaria.....

Directiva de empresa.....

Obrera.....

Empleada Administrativa.....

Funcionaria.....

Otra .....  Cual? .....

25. ¿Hayalgún/alguna empresario/a en su familia?

Sí

No

26. Encasoafirmativo, ¿cuál es el parentesco?

Padre.....

Madre.....

Hermano.....

Hermana .....

.....  
Otros..... Cual? .....