

**ESTUDIO DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES
DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO SEDE PASTO,
FUNDAMENTADO EN LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO.**

**LUIS EDUARDO BENAVIDES PUPIALES
FABIO JESÚS IBARRA JARAMILLO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
SAN JUAN DE PASTO
2018**

**ESTUDIO DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES
DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO SEDE PASTO,
FUNDAMENTADO EN LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO.**

**LUIS EDUARDO BENAVIDES PUPIALES
FABIO JESÚS IBARRA JARAMILLO**

**Directora
MSC ADRIANA AGUILERA CASTRO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
SAN JUAN DE PASTO
2018**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el Trabajo de Grado son responsabilidad exclusiva de su autor”.

Artículo 1 del Acuerdo 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota De Aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Noviembre de 2018

AGRADECIMIENTOS

Sinceros agradecimientos a la Magíster Adriana Aguilera Castro por haber acompañado el desarrollo de este proyecto de grado desde su concepción en el espacio académico de Seminario de Trabajo de grado hasta su culminación. Sus pertinentes recomendaciones y su dedicación a la revisión de este documento fueron determinantes para lograr los objetivos propuestos. Su profesionalismo y don de gente son dignos de admirar. (Luis Eduardo y Fabio Ibarra Jaramillo)

También mi gratitud a mi amigo y maestro Magíster José Luis Benavides Passos por su apoyo en todo mi proceso de formación y por dinamizar el convenio entre la Universidad de Nariño y la Universidad del Valle desde la Escuela de Postgrados FACEA que me permitió acceder al mejor programa de Maestría en Administración del Suroccidente Colombiano. (Luis Eduardo)

Agradecimientos inmensos a los profesores Jesús Martínez y José Luis Benavides Passos, por contribuir a que este sueño y el de muchos se vuelva realidad, además por contribuir y aportar a la región trayendo una maestría tan importante y de una universidad tan prestigiosa como lo es la Universidad del Valle. (Fabio Ibarra Jaramillo).

Gracias

DEDICATORIA

A mis padres Gloria y Luis, por estar siempre cuidando de mí; a mis hermanas Norma, Sonia y Susana por brindarme su consejo y apoyo cuando más lo he necesitado, a ustedes mi familia va dedicado este triunfo de ser orgullosamente Magíster de la Universidad del Valle. (Luis Eduardo)

A mis hijas Ángela e Isabella, por ser la inspiración en cada nueva etapa que me propongo en la vida, a mi esposa Elisabeth por ser el soporte para lograr mis retos, a mis padres Julia y Román por alentarme y bendecirme en mis propósitos y a todos que de una u otra manera intervinieron en este nuevo logro que me enorgullece y me llena de felicidad (Fabio Ibarra Jaramillo)

RESUMEN

Teniendo en cuenta la importancia del emprendimiento en la formación profesional de los estudiantes universitarios del país como lo estipula la Ley 1014 de 2006, la presente investigación evaluó la intención emprendedora de los estudiantes que están culminando sus estudios de pregrado de la Universidad de Nariño en programas profesionales relacionados a los sectores de clase mundial. Como referente teórico principal se abordó la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991) la cual estudia la intención desde tres dimensiones: las creencias de comportamiento, las creencias normativas y las creencias controladas.

Metodológicamente se asumió un tipo de investigación descriptiva y se tomó una muestra de 293 estudiantes pertenecientes a los programas de Diseño Industrial, Biología, Ingeniería Agronómica, Ingeniería Ambiental, Ingeniería Agroforestal, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería de producción acuícola, Medicina Veterinaria, Zootecnia, Química, Diseño Gráfico, Administración de Empresas, Contaduría Pública, Economía, Mercadeo, Comercio Internacional, Medicina, Ingeniería Civil, Ingeniería Electrónica, Ingeniería de Sistemas, Psicología. Además, se entrevistó a los Directores de Programa, Decanos, Vicerrectores y el Rector de la Universidad.

Los resultados indican que en la mayoría de estudiantes de la Universidad existe una alta intención emprendedora, en su ambiente cercano la familia los impulsa a crear su propia empresa, pero consideran que factores como el poco apoyo estatal, las limitaciones que tiene la universidad para generar espacios adecuados para generar ideas de negocio y el desconocimiento de metodologías de ideación inciden negativamente en su intención emprendedora.

Palabras Clave: intención emprendedora, Teoría del Comportamiento Planeado, creencias de comportamiento, creencias normativas y las creencias controladas.

ABSTRACT

Taking into account the importance of entrepreneurship in the professional training of university students in the country as stipulated by the Law 1014 of 2006, this research evaluated the entrepreneurial intention of students who are finishing their undergraduate studies at the University of Nariño in profesional programs related to world class sectors. Ajzen's Theory of Planned Behavior (1991) was studied as the main theoretical referent, which studies the intention from three dimensions: behavioral beliefs, normative beliefs and control beliefs.

Methodologically a type of descriptive research was assumed and a sample of 293 students belonging to the programs of Industrial Design, Biology, Agronomic Engineering, Environmental Engineering, Agroforestry Engineering, Agroindustrial Engineering, Aquaculture: Production and Engineering, Veterinary Medicine, Zootechnics, Chemistry, Graphic Design, Business Administration, Public Accounting, Economics, Marketing, International Trade, Medicine, Civil Engineering, Electronic Engineering, Systems Engineering and Psychology. In addition, the Program Directors, Deans, Vice Rectors and the Rector of the University were interviewed.

The results indicate that in most of the students of the University there is a high entrepreneurial intention, in their close environment the family encourages them to create their own company, but they consider factors such as little state support, the limitations that the university has to generate adequate spaces to consider business ideas and the ignorance of methodologies of ideation. The above mentioned affects negatively their entrepreneurial intention.

Key Words: entrepreneurial intention, Theory of Planned Behavior, behavioral beliefs, normative beliefs and control beliefs.

CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN	32
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	33
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	34
1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	34
2. OBJETIVOS.....	35
2.1. OBJETIVO GENERAL	35
3. JUSTIFICACIÓN.....	36
4. MARCO REFERENCIAL.....	37
4.1. ESTADO DEL ARTE.....	37
4.2 MARCO TEÓRICO	39
4.2.1 Emprendimiento Empresarial.....	39
4.2.2. Sectores de Clase Mundial.	42
4.2.3. Intención emprendedora.	43
4.2.4. Teorías que han logrado posicionarse como enfoques adecuados para explicar la decisión de crear una empresa.....	44
4.2.4.1. Teoría de Albert Shapero.....	45
4.2.4.2. Teoría de David McClelland.....	46
4.2.4.3. Teoría de Gibb	46
4.2.4.4. Modelo Varela.....	47
4.2.4.5. El modelo de evento emprendedor (Shapero & Sokol, 1982).	48
4.2.4.6. El modelo de Davidson (1995).....	49
4.2.4.7 Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen,1991).	50
4.3 MARCO LEGAL	55
4.4. MARCO CONTEXTUAL.....	56

6. METODOLOGÍA	59
6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	59
6.2. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	59
6.2.1 Fuentes Primarias.....	59
6.2.2 Fuentes Secundarias.....	60
6.2.3 Fuentes Terciarias.....	60
6.3 MARCO LÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	61
6.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	62
6.4.1 Población.....	62
6.4.2 Muestra.....	62
6.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	63
6.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	64
7. RESULTADOS: ANÁLISIS DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO	65
7.1. CREENCIAS DE COMPORTAMIENTO QUE INFLUYEN SOBRE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES.....	65
7.1.1 Facultad de Ciencias Agrícolas.....	65
7.1.1.1 Programa de Ingeniería Agroforestal.....	65
7.1.1.2. Programa de Ingeniería Agronómica	66
7.1.1.3 Programa de Ingeniería Ambiental	67
7.1.1.4 Facultad de Ciencias Agrícolas.....	68
7.1.2. Facultad de Artes.....	69
7.1.2.1 Programa de Diseño Gráfico.....	69
7.1.2.2. Programa de Diseño Industrial.....	70
7.1.2.3 Facultad de Artes.....	71
7.1.3. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	72
7.1.3.1 Programa de Administración de Empresas.....	72
7.1.3.2 Programa de Comercio Internacional	74
7.1.3.3 Programa de Contaduría Pública.....	75

7.1.3.4 Programa de Economía	76
7.1.3.5 Programa de Mercadeo	77
7.1.3.6 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	78
7.1.4 Facultad de Ciencias de la Salud.....	79
7.1.4.1 Programa de Medicina	79
7.1.5 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.....	80
7.1.5.1 Programa de Biología	80
7.1.5.2 Programa de Química.	82
7.1.5.3 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.....	83
7.1.6 Facultad de Ciencias Humanas	85
7.1.6.1 Programa de Psicología.....	85
7.1.7 Facultad de Ciencias Pecuarias.....	86
7.1.7.1 Programa de Ingeniería en Producción Acuícola.....	86
7.1.7.2 Programa de Medicina Veterinaria.....	88
7.1.7.3 Programa de Zootecnia.....	89
7.1.7.4 Facultad de Ciencias Pecuarias.....	90
7.1.8 Facultad de Ingeniería	92
7.1.8.1 Programa de Ingeniería Electrónica.....	92
7.1.8.2 Programa de Ingeniería Civil.....	93
7.1.8.3 Programa de Ingeniería de Sistemas.....	94
7.1.8.4 Facultad de Ingeniería	96
7.1.9 Facultad Ingeniería Agroindustrial	97
7.1.9.1 Programa de Ingeniería Agroindustrial	97
7.1.10 Universidad de Nariño	98
7.2 CREENCIAS NORMATIVAS DEL ENTORNO CERCANO AL ESTUDIANTE QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR.	100
7.2.1 Facultad de Ciencias Agrícolas.....	100
7.2.1.1 Programa de Ingeniería Agroforestal	100
7.2.1.2 Programa de Ingeniería Agronómica	103

7.2.1.3 Programa Ingeniería Ambiental	106
7.2.1.4 Facultad de Ciencias Agrícolas.....	108
7.2.2 Facultad de Artes.....	111
7.2.2.1 Programa de Diseño Gráfico.....	111
7.2.2.2 Programa de Diseño Industrial.....	114
7.2.2.3 Facultad de Artes.....	117
7.2.3 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	119
7.2.3.1 Programa de Administración de Empresas.....	119
7.2.3.2 Programa de Comercio Internacional	122
7.2.3.3 Programa de Contaduría Pública.....	125
7.2.3.4 Programa de Economía	128
7.2.3.5 Programa de Mercadeo	131
7.2.3.6 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	133
7.2.4 Facultad de Ciencias de la Salud.....	136
7.2.4.1 Programa de Medicina.....	136
7.2.5 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.....	139
7.2.5.1 Programa de Biología	139
7.2.5.2 Programa de Química.....	143
7.2.5.3 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.....	147
7.2.6. Facultad de Ciencias Humanas	151
7.2.6.1 Programa de Psicología.....	151
7.2.7 Facultad de Ciencias Pecuarias.....	154
7.2.7.1 Programa de ingeniería en Producción Acuícola.....	154
7.2.7.2 Programa de Medicina Veterinaria.....	158
7.2.7.3 Programa de Zootecnia.....	162
7.2.7.4 Facultad de Ciencias Pecuarias.....	165
7.2.8. Facultad de Ingeniería	170
7.2.8.1 Programa de Ingeniería Electrónica.....	170
7.2.8.2 Programa de Ingeniería Civil.....	174

7.2.8.3 Programa Ingeniería de Sistemas.....	178
7.2.8.4 Facultad de Ingeniería	182
7.2.9. Facultad de Ingeniería Agroindustrial	186
7.2.9.1 Programa de Ingeniería Agroindustrial	186
7.2.10. Universidad de Nariño.....	190
7.3. CREENCIAS CONTROLADAS QUE INFLUYEN EN LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES.....	194
7.3.1 Facultad de Ciencias Agrícolas.....	194
7.3.1.1 Programa de Ingeniería Agroforestal	194
7.3.1.2 Programa de Ingeniería Agronómica	197
7.3.1.3 Programa de Ingeniería Ambiental	200
7.3.1.4 Facultad de Ciencias Agrícolas.....	203
7.3.2. Facultad de Artes.....	206
7.3.2.1 Programa de Diseño Gráfico.....	206
7.3.2.2 Programa de Diseño Industrial.....	210
7.3.3. FACULTAD DE ARTES	213
7.3.4. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	216
7.3.4.1. Programa de Administración de Empresas.....	216
7.3.4.2. Programa de Comercio Internacional.....	219
7.3.4.3. Programa de Contaduría Pública.....	222
7.3.4.4. Programa de Economía	225
7.3.4.5. Programa de Mercadeo	228
7.3.4.6. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	231
7.3.5. Facultad de Ciencias de la Salud.....	234
7.3.6. Facultad de Ciencias Exactas Y Naturales	237
7.3.6.1 Programa de Biología	237
7.3.7. Programa de Química.....	240
7.3.8. Facultad de Ciencias Humanas	246
7.3.9. Facultad de Ciencias Pecuarias.....	249

7.3.9.1. Programa de Ingeniería En Producción Acuícola	249
7.3.9.2. Programa de Medicina Veterinaria.....	252
7.3.9.3. Programa de Zootecnia.....	255
7.3.9.4. La Facultad de Ciencias Pecuarias.....	258
7.3.10. Facultad de Ingeniería	261
7.3.10.1. Programa de Ingeniería Electrónica.....	261
7.3.10.2. Programa de Ingeniería Civil.....	265
7.3.10.3. Programa de Ingeniería de Sistemas.....	268
7.3.10.4. La Facultad de Ingeniería	271
7.3.11. Facultad Ingeniería Agroindustrial	274
7.3.11.1. Programa de Ingeniería Agroindustrial.....	274
7.3.12. Universidad de Nariño.....	279
7.4. ANALISIS DE ENTREVISTAS	281
8. ACCIONES ENCAMINADAS A FORTALECER EL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO.....	282
8.1. SEGUIMIENTO AL PLAN DE MEJORAMIENTO	286
CONCLUSIONES	287
RECOMENDACIONES	289
BIBLIOGRAFÍA.....	290

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Programas de la Universidad de Nariño relacionados a los sectores de clase mundial	60
Tabla 2. Matriz de marco lógico de investigación	61
Tabla 3. Número de encuestas aplicadas por Programa Académico.	63
Tabla 4. Matriz de operacionalización de variables	64
Tabla 5. Estadísticos descriptivos para la Universidad de Nariño.....	280
Tabla 6. Análisis de entrevista a directivos universitarios	281
Tabla 7. Estructura plan de mejoramiento	282
Tabla 8. Nivel de priorización de las acciones	284
Tabla 9. Identificación de necesidades de mejoramiento del Emprendimiento en la Universidad de Nariño.	284
Tabla 10. Diseño del plan de Mejoramiento para las Acciones Propuestas	285
Tabla 11. Matriz de seguimiento al plan de mejoramiento	286
Tabla 12. Aprobación del plan de mejoramiento.....	286
Tabla 13. Control de Cambios	286

LISTA DE GRÁFICAS

Pág.

Gráfica 1. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal.....	65
Gráfica 2. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica.....	66
Gráfica 3. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental	67
Gráfica 4. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas	68
Gráfica 5. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico	69
Gráfica 6. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial	70
Gráfica 7. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Artes	71
Gráfica 8. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas	72
Gráfica 9. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.	74
Gráfica 10. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.	75
Gráfica 11. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Economía.....	76
Gráfica 12. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Mercadeo.....	77
Gráfica 13. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.....	78

Gráfica 14. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Medicina.....	79
Gráfica 15. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Biología.....	80
Gráfica 16. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Química.....	82
Gráfica 17. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	83
Gráfica 18. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Psicología	85
Gráfica 19. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola	86
Gráfica 20. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria	88
Gráfica 21. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Zootecnia	89
Gráfica 22. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias	90
Gráfica 23. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica	92
Gráfica 24. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil	93
Gráfica 25. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas	94
Gráfica 26. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería	96
Gráfica 27. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial	97
Gráfica 28. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Universidad de Nariño	98

Gráfica 29. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal	100
Gráfica 30. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal	101
Gráfica 31. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal	102
Gráfica 32. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica	103
Gráfica 33. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica	104
Gráfica 34. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica	105
Gráfica 35. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental.....	106
Gráfica 36. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental.....	107
Gráfica 37. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental.....	107
Gráfica 38. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas	108
Gráfica 39. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas	109
Gráfica 40. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas	110
Gráfica 41. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico	111
Gráfica 42. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico	112
Gráfica 43. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico	113

Gráfica 44. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial.....	114
Gráfica 45. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial.....	115
Gráfica 46. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial.....	116
Gráfica 47. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Artes	117
Gráfica 48. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Artes	118
Gráfica 49. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Artes	118
Gráfica 50. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas	119
Gráfica 51. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas	121
Gráfica 52. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas	121
Gráfica 53. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.....	122
Gráfica 54. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa Comercio Internacional.....	123
Gráfica 55. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.....	124
Gráfica 56. Factores del Contexto Universitario que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.	125

Gráfica 57. Factores del Contexto Familiar que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.	126
Gráfica 58. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.	127
Gráfica 59. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Economía	128
Gráfica 60. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Economía	129
Gráfica 61. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Economía	130
Gráfica 62. Factores del Contexto Universitario que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Mercadeo	131
Gráfica 63. Factores del Contexto Familiar que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Mercadeo	132
Gráfica 64. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Mercadeo	132
Gráfica 65. Factores del Contexto Universitario que influye en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.....	133
Gráfica 66. Factores del Contexto Familiar que influye en la intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de ciencias económicas y administrativas	134
Gráfica 67. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.....	135
Gráfica 68. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina	136
Gráfica 69. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina	137

Gráfica 70. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina	138
Gráfica 71. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Biología	139
Gráfica 72. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Biología	141
Gráfica 73. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Biología	142
Gráfica 74. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Química	143
Gráfica 75. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Química	145
Gráfica 76. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Química	146
Gráfica 77. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	147
Gráfica 78. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.	148
Gráfica 79. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.	149
Gráfica 80. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Psicología	151
Gráfica 81. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Psicología	152
Gráfica 82. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Psicología	153

Gráfica 83. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola	154
Gráfica 84. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola	156
Gráfica 85. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola	157
Gráfica 86. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria	158
Gráfica 87. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria	160
Gráfica 88. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria	161
Gráfica 89. Factores del Contexto Universitario que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Zootecnia.....	162
Gráfica 90. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Zootecnia.....	163
Gráfica 91. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Zootecnia.....	164
Gráfica 92. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Zootecnia.....	165
Gráfica 93. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Pecuarias	166
Gráfica 94. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Pecuarias	168
Gráfica 95. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Pecuarias	169

Gráfica 96. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica.....	170
Gráfica 97. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica.....	172
Gráfica 98. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica.....	173
Gráfica 99. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil.....	174
Gráfica 100. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil.....	176
Gráfica 101. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil.....	177
Gráfica 102. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas.....	178
Gráfica 103. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas.....	180
Gráfica 104. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas.....	181
Gráfica 105. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería	182
Gráfica 106. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería	184
Gráfica 107. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería	185
Gráfica 108. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial.....	186
Gráfica 109. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial.....	187
Gráfica 110. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial.....	188

Gráfica 111. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Nariño	190
Gráfica 112. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Nariño	191
Gráfica 113. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Nariño	192
Gráfica 114. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal	194
Gráfica 115. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal	195
Gráfica 116. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal	196
Gráfica 117. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica	197
Gráfica 118. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica	198
Gráfica 119. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica	199
Gráfica 120. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental.....	200
Gráfica 121. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental.....	201
Gráfica 122. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental	202
Gráfica 123. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas.....	203
Gráfica 124. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas.....	204
Gráfica 125. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas.....	205

Gráfica 126. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico.....	206
Gráfica 127. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico.....	207
Gráfica 128. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico	209
Gráfica 129. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Diseño Industrial.....	210
Gráfica 130. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial.....	211
Gráfica 131. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Diseño Industrial	212
Gráfica 132. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de la Facultad de Artes	213
Gráfica 133. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Facultad de Artes	214
Gráfica 134. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Facultad de Artes.....	215
Gráfica 135. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Administración de Empresas.	216
Gráfica 136. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas	217
Gráfica 137. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Administración de Empresas.....	218
Gráfica 138. Obstáculos para crear empresa que son percibidos por los estudiantes del Programa de Comercio Internacional	219
Gráfica 139. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.....	220
Gráfica 140. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.	221

Gráfica 141. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.	222
Gráfica 142. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.	223
Gráfica 143. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Contaduría.	224
Gráfica 144. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Economía	225
Gráfica 145. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Economía	226
Gráfica 146. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Economía	227
Gráfica 147. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Mercadeo.....	228
Gráfica 148. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Mercadeo.....	229
Gráfica 149. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Mercadeo.	230
Gráfica 150. Obstáculos para crear empresa que son percibidos por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.	231
Gráfica 151. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.	232
Gráfica 152. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.	233
Gráfica 153. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Medicina	234
Gráfica 154. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Medicina	235
Gráfica 155. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Medicina.....	236

Gráfica 156. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Biología	237
Gráfica 157. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Biología	238
Gráfica 158. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Biología	239
Gráfica 159. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Química	240
Gráfica 160. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Química	241
Gráfica 161. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Química.....	242
Gráfica 162. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.....	243
Gráfica 163. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.....	244
Gráfica 164. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales	245
Gráfica 165. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Psicología	246
Gráfica 166. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Psicología	247
Gráfica 167. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Psicología.....	248
Gráfica 168. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola	249
Gráfica 169. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola	250
Gráfica 170. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola.....	251

Gráfica 171. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria.....	252
Gráfica 172. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria.....	253
Gráfica 173. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria.....	254
Gráfica 174. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Zootecnia.....	255
Gráfica 175. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Zootecnia.....	256
Gráfica 176. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Zootecnia	257
Gráfica 177. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias.....	258
Gráfica 178. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias.....	259
Gráfica 179. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias	260
Gráfica 180. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica.....	261
Gráfica 181. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica.....	262
Gráfica 182. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica.....	264
Gráfica 183. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil.....	265
Gráfica 184. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil.....	266
Gráfica 185. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil	267

Gráfica 186. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas	268
Gráfica 187. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas	269
Gráfica 188. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas.....	270
Gráfica 189. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de la Facultad de Ingeniería	271
Gráfica 190. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería	272
Gráfica 191. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Facultad de Ingeniería	273
Gráfica 192. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial.....	274
Gráfica 193. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial.....	275
Gráfica 194. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial	276
Gráfica 195. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de la Universidad de Nariño.....	277
Gráfica 196. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Universidad de Nariño.....	278
Gráfica 197. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Universidad de Nariño	279

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Sectores del Programa de Transformación Productiva.....	42
Figura 2. Modelo de Shapero.....	45
Figura 3. Componentes básicos de la iniciativa emprendedora según Gibb	46
Figura 4. Etapas básicas del modelo de Varela.....	47
Figura 5. Modelo de Shapero – Sokol.....	49
Figura 6. Modelo de Davidsson	50

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo A. Cuestionario Para Estudiantes	297
Anexo B. Guía De Entrevista A Directores De Programa, Decanos Y Directivos De La Administración Central	301

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se ha convertido en una de las prioridades en las estrategias de los gobiernos y las distintas instituciones que buscan el desarrollo económico y social de las regiones y los países. Desde esta perspectiva, las universidades como entornos de investigación, centros de educación y espacios privilegiados para el encuentro social, son claves para promover y desarrollar una cultura de emprendimiento. Es por ello que existen grandes expectativas respecto a los estudiantes universitarios como creadores de empresas de impacto social y con alto valor agregado, como ocurre por ejemplo con las empresas de base tecnológica.

Estas expectativas acerca de los estudiantes universitarios como emprendedores y empresarios del futuro, hacen necesario conocer sus intenciones de emprendimiento; en particular, es fundamental comprender qué los motiva a crear su propia empresa, así como reconocer el papel de la universidad y el entorno social en la formación no solo de las intenciones de emprendimiento, sino también de las capacidades para que las empresas que se generen sean sostenibles en el tiempo.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Ley 1014 de enero 26 de 2006 tiene como objeto promover el espíritu emprendedor en las instituciones de educación en Colombia, teniendo en cuenta esta norma, en el año 2007 la Universidad de Nariño crea la Unidad de Emprendimiento que lleva por nombre UNIVERSIDAD DE NARIÑO EMPRESARIAL – UNEMPRESA, la cual es una unidad académico administrativa adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas – FACEA, y tiene como misión fomentar el emprendimiento en todos los estudiantes de pregrado y posgrado de la universidad. Aunque la ley no exhorta a las Instituciones de Educación Superior (IES) a crear unidades de emprendimiento o cátedras de emprendimiento, algunos programas de la universidad de Nariño como el de Administración de Empresas tienen dentro de su malla curricular una cátedra de plan de negocios, emprendimiento y empresarismo, con el propósito de fomentar la creación de empresas y llevar profesionales al medio, capaces de generar empresas y nuevas fuentes de empleos, aunque en los demás programas puede variar la presencia de establecidos espacios para trabajar el tema del emprendimiento, debido a que se pueden presentar como parte de la formación profesional, tomarse como cursos electivos o en algunos casos ni siquiera existen.

La unidad de emprendimiento UNEMPRESA por ser una unidad académica administrativa perteneciente a la universidad, tiene asignación de recursos del presupuesto general, así como descarga de horas a docentes pertenecientes al programa de Administración de Empresas para asesorar iniciativas de negocio o acompañamiento a empresas de emprendedores que se encuentran operando. Tanto el presupuesto asignado como las horas de descarga de los docentes son limitados e insuficientes para dar cumplimiento a las funciones propuestas en la UNEMPRESA que se encuentran plasmadas en el acuerdo de creación y para generar estudios enfocados al emprendimiento y empresarismo al interior de la universidad. Pese a todas las vicisitudes que se presentan, se han realizado esfuerzos para fomentar el emprendimiento, sólo que, limitando el área de cobertura, dejando a muchos estudiantes sin acceso por la falta de recursos logísticos y humanos, lo que puede llevar a que se pierdan oportunidades de emprender de aquellos estudiantes que están interesados. El no contar con información actualizada sobre aspectos relacionados con el emprendimiento dentro de la universidad, no permite seguir avanzando en procesos de mejora que coadyuven al fomento y fortalecimiento de la cultura emprendedora por parte de los estudiantes, así como programas de formación a docentes.

La unidad de emprendimiento UNEMPRESA, como unidad académica encargada de fomentar el emprendimiento en la universidad, desde su creación hasta la actualidad, no ha propuesto estudios que permitan contar con información actualizada sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes y otras variables relacionadas con el emprendimiento, cuyos resultados se materialicen en estrategias y políticas enfocadas a fortalecer el espíritu emprendedor en la comunidad universitaria. La falta de información sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes, no permite que dentro de la universidad se presenten propuestas sobre el fomento al emprendimiento, como, por ejemplo, la institucionalización de asignaturas en emprendimiento en todos los programas como eje transversal o asignación de recursos suficientes para cumplir con las metas propuestas. La presente investigación tuvo como propósito estudiar algunos factores relacionados con la intención emprendedora y, por ello se determinó como objeto de estudio a los estudiantes que se encontraban cursando el último año de formación profesional en el semestre A de 2018, en los veintiún programas con una mayor relación desde sus áreas de conocimiento, con los sectores de clase mundial en Colombia, estos son: Diseño industrial, Diseño Gráfico, Biología, Química, Ingeniería agronómica, Ingeniería ambiental, Ingeniería agroforestal, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería de Producción Acuícola, Ingeniería Civil, Ingeniería Electrónica, Ingeniería de Sistemas, Medicina Veterinaria, Zootecnia, Administración de Empresas, Economía, Mercadeo, Comercio Internacional, Psicología y Medicina.

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las intenciones emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la universidad de Nariño sede Pasto, fundamentado en la teoría del comportamiento planeado?

1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son las creencias de comportamiento que influyen sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes?
- ¿Qué tipo de creencias normativas del entorno cercano inciden en el desarrollo del espíritu emprendedor?
- ¿Cuáles son las creencias controladas que influyen en las capacidades emprendedoras de los estudiantes?
- ¿Cuáles son las acciones que se deben proponer en la universidad de Nariño para fortalecer el emprendimiento?

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la Universidad de Nariño sede Pasto, fundamentado en la teoría del comportamiento planeado.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las creencias de comportamiento que influyen sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes.
- Determinar el tipo de creencias normativas del entorno cercano al estudiante que inciden en el desarrollo del espíritu emprendedor.
- Establecer las creencias controladas que influyen en las capacidades emprendedoras de los estudiantes.
- Proponer acciones encaminadas a fortalecer el emprendimiento en la universidad de Nariño.

3. JUSTIFICACIÓN

Las Instituciones de Educación Superior dentro de sus funciones misionales tienen la formación, la investigación y la proyección social, en esta última se podría decir que existe una responsabilidad con los egresados, de tal forma que cuando están en la etapa de formación se les deben brindar herramientas que les permitan tener varias opciones y no sólo salir al mercado laboral a ocupar puestos de trabajo desarrollando el rol de empleados, sino también ser fuentes generadoras de empleo y esto se puede lograr a través de la formación en emprendimiento.

Con el fomento al emprendimiento se buscaría que se genere una cultura emprendedora en los estudiantes, la cual permitirá que al momento de egresar como profesionales tengan otras alternativas de empleabilidad y contribuyan a la construcción del tejido empresarial, generando nuevas fuentes de empleo y aportando al desarrollo socioeconómico de la región, nada de esto se lograría si se desconoce sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes, conocerlas ayuda a potenciarlas y fortalecerlas, con ello se estarían beneficiando tanto estudiantes como la comunidad en general.

Con el trabajo investigativo se buscó determinar las variables que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes que se encuentran cursando el último año de formación profesional de los cuarenta y un programas de la universidad de Nariño, para lo cual se hace necesario conocer las creencias de comportamiento, normativas y controladas, planteadas en la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP).

La investigación propuesta deja abierta la posibilidad para que otras universidades puedan contribuir al Ecosistema del Emprendimiento de Nariño que está conformado por diferentes instituciones públicas y privadas en la Red Regional de Emprendimiento, las cuales podrán direccionar políticas de emprendimiento a nivel regional basados en las creencias de comportamiento, normativas y controladas de los universitarios.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. ESTADO DEL ARTE

El emprendimiento es un tema de gran interés en tiempos actuales para gobiernos, agentes privados, universidades y demás instituciones que pretenden contribuir al desarrollo socioeconómico de sus áreas de influencia. Pero es claro que los centros educativos son los focos de atención principales puesto que son los espacios desde donde se puede influenciar positivamente en la población, para que asuman una actitud emprendedora que genere empresas de impacto como actualmente ocurre con el sector de las TIC (empresas de base tecnológica).

Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación se referencian algunos estudios a nivel internacional y nacional que dan una idea sobre la importancia que tiene actualmente el tema de la intención emprendedora.

En 2005 se realizó el trabajo: “Impacto de la Educación Empresarial: Un Estudio Comparativo de los Estados Unidos y Corea”, el cual analizó el impacto del espíritu empresarial educación entre los estudiantes universitarios estadounidenses y coreanos. Los resultados indican que los estudiantes estadounidenses se han diferenciado de sus homólogos coreanos en términos de “la intención de la creación de empresas”, “el conocimiento y la capacidad de creación de empresas”, el “reconocimiento de la importancia de educación empresarial” y la “intención de la creación de empresas en el extranjero”. Por otra parte, el impacto de la educación empresarial es diferente debido a la cultura única de cada país en lo que respecta a la iniciativa empresarial. (Lee, Chag, & Lim, 2005)

En 2011 en la Universidad de Deusto se realizó un trabajo de investigación sobre la intención emprendedora de estudiantes universitarios, en la cual se pudo probar la hipótesis de que existe una relación significativa entre la participación en programas de apoyo al emprendimiento y la intención emprendedora. Este estudio sugiere medir la intención emprendedora antes y después de la participación en los programas. (Azanza, 2011)

En el estudio denominado “Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento” desarrollado en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) en Ecuador.

El propósito principal de la investigación fue determinar en qué medida las percepciones y habilidades de los estudiantes afectan a su intención emprendedora y qué efecto tienen el hecho de tomar o no la materia emprendimiento sobre esas percepciones. Se utilizó el modelo de Liñán (2008) en el que determina de manera confirmatoria los constructos de Valoración Cercana, Habilidades, Atracción Personal, Norma Subjetiva y Control Conductual Percibido como explicativos de la Intención Emprendedora de estudiantes de la Universidad de Sevilla. El constructo Valoración Social no mostró efecto significativo sobre las habilidades (Maluk Salem, 2014).

En Colombia se encuentran algunos estudios bastante interesantes al respecto. Docentes Investigadores de la Universidad del Quindío en colaboración con docentes de la Universidad de Córdoba elaboraron un instrumento que identificó los factores que influyen en la intención de crear empresas, en los estudiantes universitarios de último semestre, de carreras profesionales presenciales del departamento del Quindío (Colombia), utilizando la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen. Se resalta que la encuesta depurada 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. (Tarapuez, García, & Castellano, 2015, pág. 209)

Para el año 2015 se desarrolla el trabajo de grado denominado “Intenciones emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad del Valle sede Cali”. En primer lugar, destacan las elevadas cifras asociadas a la intención emprendedora del alumnado de este programa de la Universidad del Valle. El 19% de los y las estudiantes afirma estar preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor; y el 37% considera que su objetivo profesional es llegar a ser un emprendedor. También es de resaltar que los alumnos muestran unos valores más elevados en los ítems referidos a la intención de crear su empresa que las alumnas, siendo los alumnos del programa de Administración de Empresas los que obtienen mayores puntuaciones. (Ruiz Rios, 2015)

El Proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESS) es una encuesta mundial sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios liderado por la Universidad de St. Gallen (Suiza) desde el año 2003. Es un proyecto cuyo objetivo es recopilar y analizar información relacionada con el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios de diferentes países. En la edición número siete del proyecto (2016) se cuenta con la participación de cincuenta países. (Álvarez, Martins, & López, 2017, p. 7)

En Colombia se recogió una muestra de 3.832 estudiantes en la que participaron diez universidades de las cuatro ciudades más importantes del país las cuales son: Institución Universitaria Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM), Universidad de Antioquia, Universidad

de la Costa, Universidad de La Salle, Universidad de Medellín, Universidad EAFIT (coordinadora del proyecto), Universidad EAN, Universidad ICESI y Universidad Pontificia Bolivariana (UPB). (Álvarez, Martins, & López, 2017, p. 9)

El estudio del proyecto GUESS deja abiertas varias líneas futuras de investigación. Se recomienda incluir en la muestra a estudiantes de maestría y doctorado y ampliar el número de universidades participantes de distintas ciudades 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. Adicionalmente sería importante elaborar análisis estadísticos más profundos para construir modelos que permitan relacionar distintos factores, con la intención de iniciar nuevas empresas en el emprendimiento al corto y mediano plazo. (Álvarez, Martins, & López, 2017, p. 10)

Lo anterior es tan solo una muestra de la relevancia y crecimiento que a nivel internacional han adquirido las investigaciones sobre la educación para el emprendimiento y su impacto en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios (Liñan & Fayolle, 2015) (Iglesias Sánchez, Jambrino Maldonado, Peñafiel, & Kokash, 2016).

4.2 MARCO TEÓRICO

Una discusión sobre la efectividad de la educación emprendedora está en una primera línea vinculada a un debate importante todavía en curso sobre si el emprendimiento implica individuos con una personalidad definida o con habilidades desarrollables (Bécharde y Toulouse, 1998). A continuación, se presenta una revisión teórica referente a los tres tópicos principales que se abordaran desde la presente investigación: emprendimiento (empresarial), los sectores de clase mundial, intención emprendedora y las teorías que explican la intención de emprender haciendo énfasis en la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen.

4.2.1 Emprendimiento Empresarial. El concepto de emprendimiento se estableció por primera vez en el siglo XVIII y el significado ha evolucionado desde entonces. Muchos simplemente lo equiparan con comenzar su propio negocio. La mayoría de los economistas creen que es más que eso. Para algunos economistas, el empresario es uno de los que está dispuesto a asumir el riesgo de una nueva empresa si existe una posibilidad significativa de obtener ganancias. Otros enfatizan el papel del empresario como un innovador que comercializa su innovación. Otros economistas dicen que los empresarios desarrollan nuevos bienes o procesos que el mercado demanda y que actualmente no se suministran.

No existe una definición universal de emprendimiento. En la literatura en idioma inglés se encuentra que el término “Entrepreneurship” se asocia a espíritu empresarial. El primer autor que lo define es Schumpeter en 1934 quien en su Teoría del Desarrollo Económico da a entender que el emprendedor es un agente de un proceso de transformaciones continuas en la organización de la producción que configuran un avance no lineal de la sociedad. La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), que ha sido utilizada para referirse a aventureros como Colón que se venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar. (Castillo, 1999). Otros autores consideran como rasgos asociados al espíritu empresarial el crecimiento (Drucker, 1985), la innovación (Backman, 1983) y la flexibilidad (Birch, 1987).

Con la introducción del término empresario, Schumpeter podría explicar cómo se iniciaron los cambios agregados en la sociedad. Fue el empresario quien introdujo nuevos productos, procesos y formas organizativas, siendo así el iniciador de la innovación. El término schumpeteriano innovación se acompaña del término creatividad en el sentido de poder imaginar algo más (y mejor) y cambiar el status quo actual. Todavía a menudo vemos estos tres términos centrales de Schumpeter en conjunto: espíritu empresarial, innovación y creatividad (European Commission, 2011).

El empresario como agente para el desarrollo económico y social comenzó a interesar a los investigadores a mediados del siglo XX, con un interés especial después de la Segunda Guerra Mundial debido a la necesidad de reconstruir industrias y países. El interés creció en la década de los ochenta y los términos innovación y el espíritu empresarial se convirtieron en palabras de moda gerenciales (Drucker, 1985). Para Thornton (1999) el emprendimiento se incorporó a la sociología ya con Weber en 1904, describiendo cómo el comportamiento económico específico de los individuos condujo al auge del capitalismo.

La mayoría de los economistas de hoy están de acuerdo en que el espíritu empresarial es un ingrediente necesario para estimular el crecimiento económico y las oportunidades de empleo en todas las sociedades. En el mundo en desarrollo, los pequeños negocios exitosos son los motores primarios de la creación de empleos, el crecimiento de los ingresos y la reducción de la pobreza. Por lo tanto, el apoyo gubernamental para el emprendimiento es una estrategia crucial para el desarrollo económico.

El “emprendedor” puede ser entendido como aquella persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa. (Morian, Trejo, & Palací, 2001).

Existen individuos que perciben una oportunidad de negocio y crean empresa como una opción de vida mientras que otros lo ven como otra forma para subsistir por necesidad. En el último caso no se genera impacto en la economía de los países, pues carece de innovación y solo en los mejores casos genera empleos.

El Comité Asesor de Negocios e Industrias de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en 2003 manifiesta que las políticas para fomentar el espíritu empresarial son esenciales para la creación de empleos y el crecimiento económico. Los funcionarios gubernamentales pueden brindar incentivos que alienten a los empresarios a correr riesgos y crear nuevas empresas. Entre ellas se encuentran las leyes para hacer valer los derechos de propiedad y fomentar un sistema de mercado competitivo.

En relación a la educación para emprender, anteriormente predominaba el interés en los estudios de rasgos que se preocupaban por identificar las diferencias entre las cualidades de los emprendedores. Se partía de examinar elementos como la historia personal, los valores, actitudes, motivaciones, rasgos de personalidad y habilidades personales. Ahora el interés se ha centrado en los procesos educativos como fuentes de conocimientos y habilidades que fomenten la iniciativa empresarial pero que también involucren a los empresarios. Para los autores Fayolle y Gailly (2008) no existe una receta pedagógica universal sobre cómo enseñar el espíritu empresarial.

Los diferentes niveles de emprendimiento pueden derivarse de diferencias culturales que hacen que el emprendimiento sea más o menos gratificante personalmente. Una comunidad que otorgue el estatus más alto a aquellos en la cima de organizaciones jerárquicas o con experiencia profesional puede desalentar el espíritu empresarial.

Un tipo de emprendimiento que rompe los esquemas anteriores es Emprendimiento de Alta expectativa (High-expectation Entrepreneurship, HEA), característico del progreso en los países desarrollados porque permite hacer uso de las inversiones estatales en creación de conocimiento y las regulaciones de formalización de empresas son flexibles. (Valliere & Peterson, 2009). En contraposición se puede inferir que en países en desarrollo es muy frecuente el emprendimiento por necesidad.

El modelo de la "universidad empresarial" actualmente es reconocido por expertos como un motor importante para el autodesarrollo y la innovación y como una respuesta adecuada para tener éxito en mercados altamente turbulentos e impredecibles (Hannon, 2013). La universidad emprendedora es una universidad que monitorea de cerca lo que está sucediendo en el medio ambiente y responde fácilmente a los cambios y señales de ese ambiente. Educa a las personas que son capaces de hacer frente a la creciente incertidumbre y complejidad tanto a

nivel global como personal, crea conocimiento que tiene aplicación práctica y contribuye a la resolución de problemas específicos en el ambiente.

A continuación, se mencionan los principales sectores de clase mundial y su importancia en el presente estudio.

4.2.2. Sectores de Clase Mundial. Con la creación del Programa de Transformación Productiva (PTP) el gobierno colombiano pretende impulsar a 20 sectores de la economía nacional para convertirlos en sectores de clase mundial, competitivos y altamente productivos. Es claro también que no se pueden desconocer las problemáticas que cada uno presenta tales como: bajo nivel de tecnología, contrabando, infraestructura limitada, informalidad y altos costos en la producción. Los 20 sectores, se dividen en tres grandes grupos: Manufacturas, Agroindustria y Servicios. En seguida, se mencionan los sectores priorizados en cada grupo:

Figura 1. Sectores del Programa de Transformación Productiva



Fuente: FIDUCOLDEX (2017)

Para entender la importancia de como los futuros profesionales se pueden involucrar con sus iniciativas emprendedoras en el fortalecimiento de estos sectores se enlistan algunos de los retos que están pendientes por afrontar:

- Desarrollo de modelos de importación.
- Innovación.
- Intensificación en la utilización de TIC.
- Subfacturación.
- Formalización del empleo.
- Apertura a Mercados Internacionales.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Mejora en las técnicas productivas agropecuarias.
- Formación de Capital Humano.
- Actualización de Modelos de Negocio.

Lo anterior permite determinar que para el presente estudio serán objeto de análisis los estudiantes de carreras profesionales en áreas tales como: Ciencias Económicas y Administrativas, Ciencias de la Salud, Ingenierías, Agroindustria, Industria Gráfica, Ciencias Ambientales, Ciencias Pecuarias, entre otras.

En seguida se aborda los principales referentes teóricos cuando nos referimos a la intención de emprender en los individuos.

4.2.3. Intención emprendedora. La intención se puede definir como un proceso necesario antes de llevar a cabo una acción. La investigación sobre comportamiento afirma que la intención tiene una mayor importancia como explicación que otros factores el carácter psicológico (Bird, 1988). La intención emprendedora es una actitud favorable para optar por la opción de creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones ya existentes (intraemprendimiento). Por consiguiente, la intención emprendedora es un fenómeno importante de estudio para las universidades.

La comprensión de la intención emprendedora es preponderante en la predicción de la conducta. Las intenciones son un predictor importante del subsecuente comportamiento planeado dado que la decisión de hacerse emprendedor puede considerarse voluntaria y consciente (Baggozi, Baumgartner, & Yi, 1989). Davidsson (1995) sostiene que las intenciones emprendedoras no predicen correctamente la elección de las personas de crear sus propias empresas debido a que esta decisión se supone planeada desde hace algún tiempo y estaría precedida por una intención de hacerlo y en ocasiones difiere del comportamiento real. Por tanto, sería más valiosa la “convicción” de convertir el emprendimiento en opción de vida.

Las condiciones sociales, políticas y económicas hacen parte de los factores exógenos o “entorno del emprendedor”, como los denomina Gnyawali (1994) citado por Marulanda (2014), quien los clasifica en dos grupos: en primer lugar, todos los aspectos que influyen en la voluntad y habilidades del emprendedor para iniciar actividades, y, en segundo lugar, a la disponibilidad de servicios de apoyo y asistencia al emprendedor en su proceso de creación y gestión de la empresa.

Las investigaciones en emprendimiento se preocupan por hacer referencia al por qué algunas personas deciden ser emprendedoras mientras que otras no. (Mitchell, Busenitz, Bird, Gaglio, & McMullen, 2007). Generalmente esta preocupación se expresa en determinar los factores que influyen la decisión de emprender enfocándose en los rasgos o características de personalidad de los individuos. Actualmente los modelos de intención que se centran en las actitudes se han propuesto como una mejor explicación de dicha cuestión. (Osorio & Londoño, 2015)

McMullen y Gillin (1998) descubrieron que incluso los estudiantes que inicialmente no estaban pensando en este tipo de carrera podrían cambiar de opinión completamente, es decir, ser educados para tener más posibilidades de crear un negocio. Noel (2002) descubrió que los graduados en emprendimiento tienen mayores intenciones de establecer negocios dentro de los próximos dos y cinco años, en comparación con los graduados de otras especializaciones empresariales o carreras no comerciales.

La intención emprendedora se aborda mediante el uso de modelos de intención que ofrecen un marco de referencia coherente para estos ofrecen un marco de trabajo coherente para la comprensión del proceso emprendedor. Los más utilizados en la literatura de emprendimiento son la Teoría de Comportamiento Planeado(TCP) de Ajzen (1991) y el Modelo Social del Evento Emprendedor (SEE) de Shapero y Sokol (1982). La razón fundamental que justifica su uso reiterado es la capacidad que tienen los dos modelos de superponerse y su compatibilidad. (Osorio & Londoño, 2015).

4.2.4. Teorías que han logrado posicionarse como enfoques adecuados para explicar la decisión de crear una empresa. La acción emprendedora individual es relevante para el emprendimiento y sin la cual "simplemente no habría emprendedor ni nuevas empresas". (Baron, 2007: p 167). La intención de ser emprendedor está influenciada por varios factores, como las características de la personalidad, los factores demográficos y las características ambientales. Las características de personalidad implican, como la autoeficacia y la necesidad de logro, un importante interés predictor en el emprendimiento. Los factores demográficos también son importantes, como la edad, el género, los antecedentes educativos y la experiencia laboral que tienen los individuos.

Pueden considerarse determinantes para el interés en el emprendimiento, factores ambientales como las relaciones sociales, la infraestructura física e institucional, así como los factores culturales pueden afectar el interés en el emprendimiento (Indarti 2008).

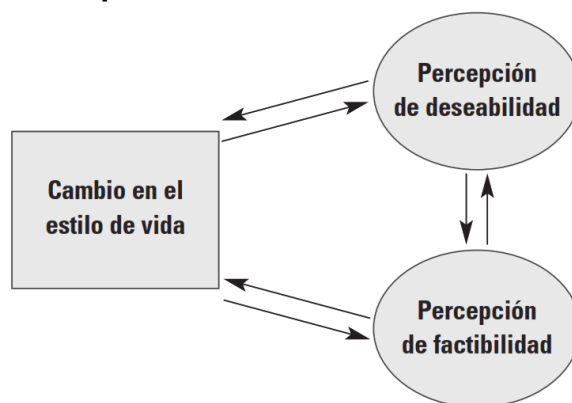
Para los estudiantes que pertenecen a las nuevas generaciones, su interés en la iniciativa empresarial alienta la aparición de nuevos empresarios potenciales. Esto implica una valoración por el trabajo más fuerte, estar dispuesto a asumir los riesgos y encontrar nuevas formas de generar ingresos. Ellos siempre aprenden de lo que han experimentado previamente. A continuación, se mencionan los enfoques más relevantes que intentan explicar la voluntad de emprender en los individuos:

4.2.4.1. Teoría de Albert Shapero, de acuerdo a este autor citado por Varela (2008): “el proceso de formación de nuevas empresas y de nacimiento de nuevos empresarios es el resultado de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos, y que cada evento empresarial ocurre en un momento dado como resultado de un proceso dinámico, proveedor de fuerzas situacionales que impactan sobre los individuos, cuyos valores y percepciones están condicionados por sus experiencias y herencias culturales y sociales.”

Los factores que explican la intención emprendedora de los individuos son los siguientes:

- La percepción de deseabilidad: la persona realizara todo lo que este a su alcance si desea ser empresario, caso contrario prefiere no intentarlo.
- La percepción de factibilidad: sólo aquellas personas con una percepción favorable y proactiva hacia el ser empresario, se comprometerán realmente con el análisis de la oportunidad y del plan de empresa.

Figura 2. Modelo de Shapero



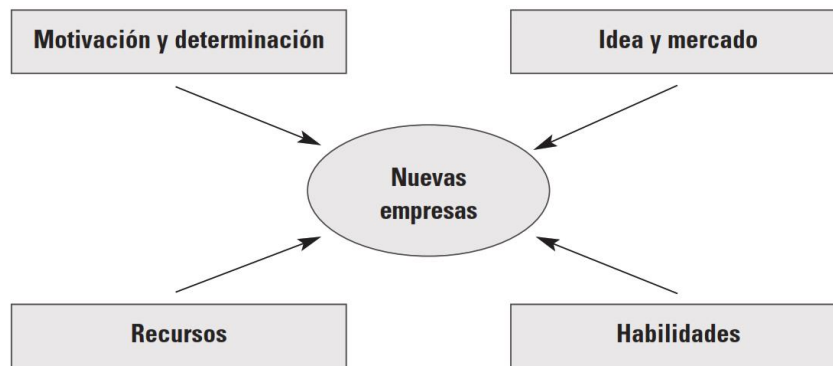
Fuente: Varela (2008).

4.2.4.2. Teoría de David McClelland, en los años 60 este autor formuló los resultados de sus estudios sobre las motivaciones humanas y las relaciones de éstas con el crecimiento económico. Entre otros postulados a resaltar citado por Varela (2008) afirma: “El hombre de empresa no realiza su actividad económica simplemente por el afán de lograr resultados monetarios; hay un componente motivacional mucho más fuerte que es el deseo de logro, de hacer un buen trabajo. La utilidad es simplemente una medida de lo bien que el trabajo está haciéndose y no el fin en sí mismo”.

Lo anterior indica que la gente que dedica tiempo a pensar en cómo progresar, en cómo mejorar, en cómo inventar nuevas cosas, en definir problemas que necesitan ser solucionados, en considerar formas alternas de solución, en buscar la ayuda de expertos, es la gente que en la vida real hace que muchas de estas cosas efectivamente ocurran. Por ello igualmente afirma “Una persona con alto nivel de logro encuentra en el trabajo empresarial más oportunidad para usar su talento y satisfacerse.” (Varela, 2008).

4.2.4.3. Teoría de Gibb, según Alan Gibb de la Universidad de Durham citado por Varela (2008) los elementos decisivos a la hora de asumir una intención favorable para crear empresa son los siguientes:

Figura 3. Componentes básicos de la iniciativa emprendedora según Gibb



Fuente: Varela (2008).

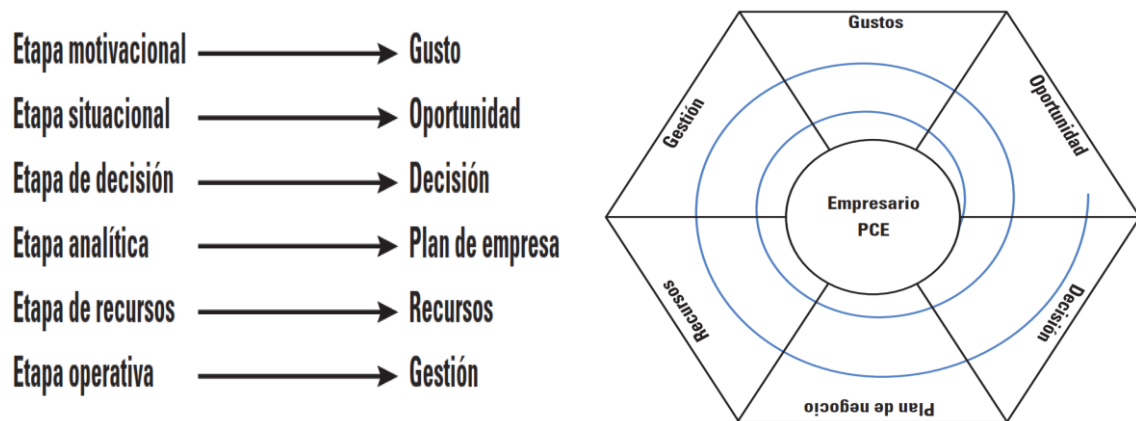
a) Componente motivación y determinación: se relaciona con todo el concepto de factores culturales y de entorno que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa. Aspectos como el apoyo que se pueda obtener de la familia, de los socios, de las entidades de apoyo; la actitud de la sociedad frente al proceso empresarial; los objetivos personales; las políticas de gobierno; las facilidades para el establecimiento de la empresa son elementos fundamentales.

b) Componente idea y mercado: refleja la existencia y la validez de una idea al cotejarla en el mercado con los clientes y la competencia.

- c) Componente “recursos”: aquí se establece relación con recursos humanos, tecnológicos, naturales, financieros, de información de contactos, físicos, etcétera.
- d) Componente “habilidades”: se conecta con el concepto de conocimientos, valores, aptitudes, actitudes, competencias que tanto el emprendedor como el equipo empresarial deben tener para poder llevar al éxito su iniciativa.

4.2.4.4. Modelo Varela, el profesor de la Universidad ICESI de Cali, Rodrigo Varela ha desarrollado un modelo basado en las ideas de Shapero, aunque integra muchos de los componentes de otras teorías. Este modelo se basa en la identificación de una serie de etapas que el empresario potencial debe ir pasando antes de llegar a tener su empresa en funcionamiento.

Figura 4. Etapas básicas del modelo de Varela



Fuente: Varela (2008).

A continuación, se explica brevemente lo desarrollado en cada etapa:

a) Etapa situacional o de identificación de la oportunidad: Se relaciona con todos los procesos de observación, percepción, investigación y estudio del entorno que lo rodea para iniciar el proceso de detección, configuración, evaluación y estructuración de la oportunidad de empresa. Este proceso debe ser permanente, lleno de características creativas e innovadoras que le permiten identificar vacíos en el mercado, necesidades, gustos y deseos no atendidos, problemas no resueltos, etcétera.

b) Etapa de decisión: en esta etapa se deben vencer dos grandes temores, primero el de cambiar el estilo de vida por un estilo de vida empresarial, y el de los riesgos que plantea la nueva actividad y su posible fracaso. También en esta etapa se quedan muchas personas, ya sea porque los mitos, o los temores, o la convicción de que éste no es su mejor camino, las frenan totalmente.

c) Etapa analítica o de plan de empresa: es el proceso de investigación y de conocimiento que permite la elaboración de un plan de empresa integral, con metas, objetivos y estrategias apropiadas para lograrlo.

d) Etapa de recursos: tiene que ver con el proceso de conseguir, en efecto, los recursos para el desarrollo de la empresa, sean éstos financieros, tecnológicos, humanos, informáticos, físicos o de cualquier otra índole.

e) Etapa de gestión: se refiere al nacimiento, al inicio de la operación de la empresa, a la implementación de todas las estrategias, a la revisión permanente de metas y estrategias, al ajuste del plan de empresa para poder garantizar los procesos de supervivencia y crecimiento, a la identificación de nuevas oportunidades, a la aplicación del espíritu empresarial para sembrar el clima y la cultura de la organización. Presenta los sufrimientos y también los gozos y recompensas de una labor realizada.

4.2.4.5. El modelo de evento emprendedor (Shapero & Sokol, 1982). Estos autores describen el emprendimiento como un fenómeno. El evento emprendedor se caracteriza como acto realizado por un individuo que es un empresario a tiempo completo o incluso un empresario a tiempo parcial. Los eventos emprendedores se constituyen de:

- Toma de iniciativa.
- Consolidación de recursos
- Gestión de la organización
- Autonomía relativa
- Tomar riesgos

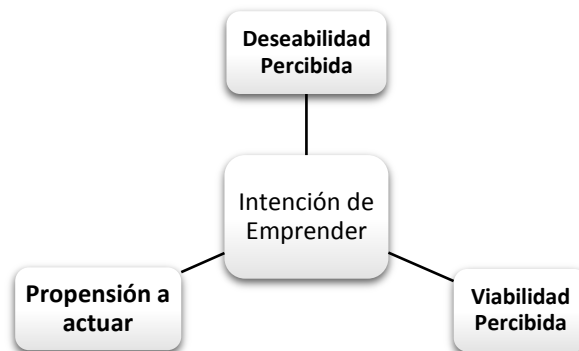
El argumento de Shapero y Sokol (1982) deduce que las intenciones empresariales dependen de la percepción del atractivo personal, la conveniencia personal, la viabilidad y propensión a actuar. Los autores se preguntan por qué las personas inician negocios, ya que comenzar un negocio no es siempre la única alternativa. En esto, introducen el concepto de desplazamiento que es, una experiencia negativa o positiva que tiene una influencia o impacto en la decisión de un individuo para convertirse en un emprendedor. A continuación, se describen cada uno de los componentes del modelo:

a) Deseabilidad Percibida: está influenciada por la cultura, la familia, los compañeros, colegas, mentores, etc.

b) Propensión a actuar: es la confirmación de si una persona se comprometerá con la acción de comenzar un negocio.

c) Viabilidad Percibida: la viabilidad percibida está influenciada por el apoyo financiero, otros tipos de apoyo, mentores, socios, etc.

Figura 5. Modelo de Shapero – Sokol



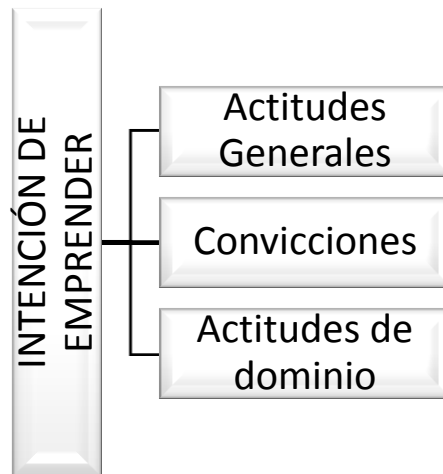
Fuente: Krueger et al. (2000).

Shapero y Sokol (1982) también sostienen que la educación no puede ser solo la única influencia en la intención de una persona de comenzar un negocio. El contexto ambiental, así como la política y el contexto empresarial tienen un impacto sobre cómo se percibe la viabilidad y la conveniencia.

4.2.4.6. El modelo de Davidson (1995). Davidsson (1995) propone un modelo económico-psicológico de los factores que influyen en las intenciones de los individuos de emprender negocios por sí mismos. En el modelo, Davidsson intentó combinar partes relevantes de modelos previamente publicados, así como hacer un esfuerzo claro para ajustar el modelo para que se adecuara más específicamente al estudio de la intención empresarial. El principal cambio en comparación con los modelos anteriores fue el papel central de la convicción como principal determinante de las intenciones.

En el modelo de Davidsson, las variables de fondo personal afectan tanto las actitudes generales como las actitudes de dominio. Las actitudes generales se refieren a las disposiciones psicológicas generales, mientras que las actitudes de dominio son específicamente actitudes hacia el espíritu empresarial.

Figura 6. Modelo de Davidsson



Fuente: Davidsson (1995).

Las actitudes generales y las actitudes específicas del dominio dan lugar a la convicción de que el espíritu empresarial es "una alternativa adecuada". En esta construcción, Davidsson combina la autoeficacia, la norma subjetiva y la actitud de Ajzen hacia el comportamiento. El modelo fue probado en una muestra aleatoria de 1313 suecos entre las edades de 35 y 40. Los resultados del análisis apoyan en gran medida las relaciones sugeridas en el modelo. La convicción se destaca como la principal explicación y determinante de las intenciones empresariales.

4.2.4.7 Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen,1991). La teoría del comportamiento planeado (TCP) es una extensión de la Teoría de la Acción Razonada (TAR). La TAR explica que la intención de una persona hacia un determinado comportamiento está formada por dos factores principales, a saber: actitud hacia el comportamiento y las normas subjetivas (Fishbein y Ajzen, 1975). Sin embargo, en TPC, se agrega un factor más que se percibe: el control del comportamiento (Ajzen, 1991) y se la considera una teoría apropiada para describir un comportamiento planificado, como el espíritu empresarial.

Es un modelo psicológico que se ha vuelto muy influyente en la investigación empresarial en las últimas décadas. Establece que el comportamiento emprendedor está determinado por las intenciones empresariales. Ajzen (1991) argumenta que es muy probable que un comportamiento dado se realiza si existe una fuerte intención de participar en ese comportamiento.

De acuerdo a su modelo el fortalecimiento de la intención de comportamiento para realizar una acción, depende de que las personas deberían tener una actitud

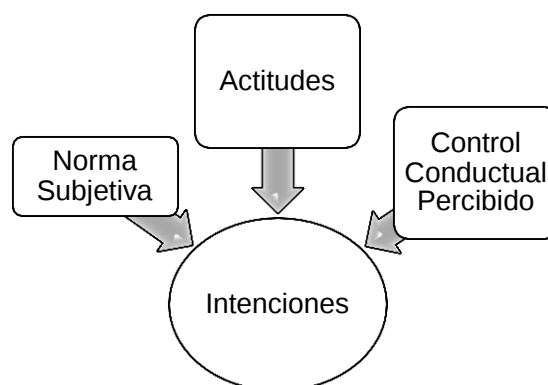
positiva, deben creer que otras personas consideradas importantes para ellas quieren que lo hagan y deben percibir que es fácil realizarlo.

Jaén (2009) sostiene que la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) se ha convertido en el marco referencial y teórico más frecuentemente utilizado en los recientes estudios relacionados con la intención de emprender. Como el emprendimiento es un tipo de comportamiento Planeado basado en la intención, se puede inferir que la TCP contribuiría a predecir la intención empresarial de los estudiantes. (Kolvereid & Isaksen, New business start-up and subsequent entry into self-employment, 2006).

La TCP, sostiene que la intención depende de la actitud, de la norma subjetiva y del control sobre la conducta que es percibido por el individuo. Establece la premisa de que cualquier comportamiento requiere un cierto nivel de planificación y este puede ser predecido por la intención de adoptar dicho comportamiento (Ajzen, 1991). La actitud está compuesta por la creencia y la percepción con relación a su conveniencia personal de ejecutar una determinada acción, que a la vez está relacionada con la expectativa.

De acuerdo a lo anterior el proceso de tomar la decisión de emprender se puede considerar como una conducta motivada o comportamiento planificado, existiendo una fuerte relación entre las intenciones y la acción. Según la TCP, se supone que las personas son racionales y usan sistemáticamente la información de la que disponen para tomar decisiones. Es una teoría que predice el comportamiento deliberado, porque el comportamiento puede ser planeado. La acción humana es conducida por tres clases de consideraciones como se puede evidenciar en la siguiente figura:

Figura 7. Modelo de la Conducta Planificada de Ajzen.



Fuente: Ajzen 1991.

a) Actitud hacia el comportamiento: estas son creencias referidas a las consecuencias probables del comportamiento. Se refiere a la evaluación general de las personas (positiva o negativa) o la evaluación de un comportamiento. Una actitud favorable hacia el comportamiento (comenzar un negocio) se forma cuando se percibe que tiene ventajas y consecuencias deseables para ellos. Las consecuencias indeseables resultan de la actitud negativa hacia el comportamiento. El espíritu empresarial es el proceso de exploración y explotación de oportunidades de negocio para crear bienes y los servicios mediante la creación de una nueva organización (Venkataraman, 1997). Algunas personas ven el espíritu empresarial como último recurso para aquellos que no pueden encontrar otro trabajo, Mientras que otras personas la consideran una admirable carrera que puede ayudar a las personas a alcanzar la autorrealización, el nivel más deseable basado en Maslow (1943) en su jerarquía de las necesidades. También representa los posibles resultados de la creación de una empresa y la valoración individual de estos resultados y su atractivo.

Evidencia de lo mencionado anteriormente se encuentra en estudios como los de Athayde (2009) quien analizó el efecto de un programa empresarial en personas jóvenes en edad escolar (entre 16 y 19 años) durante un año académico. Los resultados también indicaron un efecto positivo en las actitudes de los participantes hacia la creación de empresas. En el mismo sentido, Byabashija y Katono (2011) confirmaron en un estudio longitudinal que las actitudes están abiertas al cambio por cursos de emprendimiento de cuatro meses de duración.

b) Normas subjetivas: se refiere a la percepción de los individuos sobre cómo las personas influyentes en sus vidas piensan sobre si participar o no en un comportamiento particular, en este caso iniciar un negocio. La TCP postula que la norma subjetiva o presión social percibida tiene dos componentes: creencias normativas y motivación para cumplir estas creencias. Lo primero se refieren a la probabilidad de que las personas influyentes aprueban o desaprueban el comportamiento de puesta en marcha. El componente de la motivación para cumplir indica la disposición de las personas a cumplir con dichas normas, lo que implica comportarse de acuerdo con las expectativas de otros influyentes (Ajzen, 1991). En algunos países por ejemplo los maestros y padres pueden influir notoriamente en los estudiantes, inculcando la importancia de construir nuevas organizaciones, o apoyando el proceso emprendedor de los estudiantes, Entonces la motivación emprendedora de los estudiantes será influenciada por quienes lo rodean.

En este apartado sería importante mencionar estudios como los de Souitaris et al. (2007) que descubrieron que cuanto mayor es la inspiración de un programa de emprendimiento, mayor es el aumento de la norma subjetiva y la intención hacia el autoempleo. Es probable que los cursos extensos de emprendimiento brinden a los estudiantes más inspiración que esfuerzos educativos más superficiales.

Entre los diseños analizados, tomar clases o especializarse en emprendimiento, que generalmente requiere mínimo un año, son los únicos que ofrecen suficiente tiempo para cambiar la forma en que un individuo organiza el conocimiento. Los enfoques de aprendizaje a corto plazo o pasivos deberían ser menos capaces de aumentar el interés en emprender.

c) Percepción de control del comportamiento: éstas son creencias sobre la presencia de factores que pueden facilitar, o pueden impedir, el desempeño del comportamiento. También se puede definir como la evaluación subjetiva de la propia capacidad y recursos propios que permitan determinar la posibilidad de éxito empresarial. Aunque los recursos empresariales y las habilidades empresariales son importantes para el éxito del proceso emprendedor, lo que puede influir sustancialmente no es el número absoluto de los recursos ni las capacidades de los empresarios, sino la evaluación subjetiva de los recursos y las capacidades de las personas (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Al evaluar los mismos recursos, algunos pensarán que son abundantes, mientras que otros creerán que son escasos. Lo mismo aplica para la percepción de las personas de sus capacidades. Personas que son positivas sobre sus recursos y capacidades consideran el espíritu empresarial como oportunidad, más que un riesgo, y tienden a mostrar una intención favorable respecto a los que los que son negativos (Wilson, Kickul, & Marlino, 2007).

Los estudios mencionados indican una fuerte relación directa entre la participación en programas educativos extensivos en emprendimiento e intención empresarial, pero se requeriría evidencia empírica adicional para confirmar estos resultados y ayudar a mejorar nuestra comprensión de los límites de validez de la TCP en el campo del emprendimiento. Los hallazgos indican que los programas educativos o eventos de duración limitada tienen una utilidad bastante limitada y que los esfuerzos deberían dirigirse más bien a los programas de mayor duración. Esto, por ejemplo, podría significar una reorientación de algunas políticas, como las que financian seminarios breves sobre creación de empresas para personas desempleadas.

Se puede afirmar entonces que el emprendimiento es un proceso intencional y un comportamiento planeado (Krueger et al., 2000). Es decir, comenzar un negocio requiere e involucra planificación y este es uno de los primeros pasos en este proceso (Iakovleva et al., 2011). El espíritu empresarial se considera como acto de intención y se ha descubierto que la intención empresarial es el mejor predictor único de comportamientos empresariales (Krueger et al., 2000), entonces es importante para entender qué desencadena tales intenciones.

A nivel mundial también se pueden encontrar muchas investigaciones que toman como referencia la Teoría del Comportamiento Planeado para explicar la intención emprendedora. Por ejemplo, se ha encontrado que la norma subjetiva es el factor de predicción menos significativo de la intención del espíritu emprendedor

(Almobaireek y Manolova, 2012; Krueger et al., 2000; Liñán y Chen, 2009). Sin embargo, otros estudios han encontrado que la norma subjetiva influyó en la intención (Kautonen et al., 2013; Siu y Lo, 2011).

Fayolle y Gailly (2004) enfatizaron en la importancia de crear y reforzar las intenciones de creación de empresas en los individuos, mejorando así los esfuerzos que una persona está dispuesta a invertir para establecer un negocio. Los resultados informados por Kolvereid y Moen (1997) están en la misma línea con lo anteriormente mencionado. Su estudio comparó a los graduados con especializaciones en emprendimiento con graduados de otras carreras de negocios, sus resultados confirmaron que elegir el emprendimiento como énfasis resulta en mayores intenciones empresariales y también en una mayor probabilidad de creación de empresas reales.

Por lo tanto, es razonable suponer que la TCP otorga una buena fundamentación teórica para abordar una investigación de la intención empresarial de los estudiantes de la Universidad de Nariño. Además, existe evidencia de la validez de esta teoría en la predicción de la intención emprendedora en los estudiantes occidentales en varios países. (Gird & Bagraim, 2008).

Krueger y Carsrud (1993) y Krueger y Brazeal (1994) coinciden en afirmar que la aplicación de la Teoría del Comportamiento Planeado constituye una base sólida en la investigación en emprendimiento. Tomando como referencia este enfoque teórico, autores como Bae, Qian, Miao, & Fiet (2014) y Vanevenhoven (2013) sostienen que los estudiantes traen a la universidad toda su experiencia personal y familiar, así como sus motivaciones personales y percepciones y es la universidad la encargada de establecer unos lineamientos normativos para modelar sus actitudes y orientarlas al emprendimiento.

Los estudios mencionados aquí muestran la necesidad de realizar más investigaciones sobre este tema específico. Se necesita evidencia empírica adicional para, por un lado, ayudar a mejorar nuestra comprensión de los límites de validez de la TCP en el campo del emprendimiento. También podría ser interesante observar el impacto de la educación empresarial en la tasa de transición de la intención a la conducta y en la tasa de no iniciados, como en otras conductas.

Esta teoría proporciona evidencia de que es necesario contar con mecanismos de aprendizaje que puedan aumentar interés de los estudiantes en el espíritu empresarial, por lo que después de completar la educación o incluso desde su época de estudio ellos pueden comenzar a hacer su propio negocio. Está comprobado que muchos estudiantes no tienen una gran intención de emprender, a pesar de tomar cursos o seminarios en emprendimiento.

En síntesis, no basta con tener la voluntad propia de emprender. El apoyo de la familia, amigos, las instituciones educativas y entidades que apoyan a los emprendedores son definitivos a la hora de generar confianza y una intención más positiva para dirigir un negocio

Teniendo en cuenta lo anterior se elabora un instrumento donde se identifica los tres tipos de creencias definidas por el modelo de Ajzen para determinar el nivel de interés en emprender por parte de los estudiantes de pregrado de la Universidad de Nariño y posteriormente realizar una propuesta de acciones de mejora para fomentar el espíritu emprendedor en la Institución.

4.3 MARCO LEGAL

El emprendimiento en Colombia se encuentra inmerso en la investigación, innovación, desarrollo tecnológico, creación de empresas, entre otros, por tanto, se podría decir que existe un marco jurídico bastante amplio sobre el tema del emprendimiento, pero la norma que más habla explícitamente del emprendimiento es la Ley 1014 de enero de 2006, la cual en su artículo 2º establece el objeto de la ley, que busca promover el espíritu emprendedor a nivel de todos los estamentos educativos, incluyendo los de educación superior. Así mismo, se encuentra otras normatividades relacionadas al emprendimiento en Colombia:

- Constitución Política Colombiana de 1991, en el artículo 333 establece la actividad económica y las iniciativas privadas son libres dentro de los límites del bien común.
- Ley 29 de 1990, la ley busca fomentar la investigación científica y el desarrollo tecnológico.
- Ley 344 de 1996, se busca establecer normas para la racionalización del gasto público, así como las normas para la creación de empresas y el acceso a recursos para incubadoras asociadas al SENA.
- Ley 550 de 1999, la cual establece un régimen para promover y facilitar la reactivación empresarial.
- Ley 590 de 2000, define la micro, pequeña y mediana empresa en Colombia, ésta norma fue modificada por la Ley 905 de 2004.
- Ley 789 de 2002, con esta Ley se crea el Fondo Emprender para incentivar el emprendimiento en los jóvenes.
- Decreto 934 de 2003, con el decreto se regula el funcionamiento y operatividad del Fondo Emprender.
- Decreto 4466 de 2006, Reglamenta la Ley 1014 de 2006, específicamente el artículo 22, en cuanto a la constitución de nuevas empresas.
- CONPES 3297 del 26 de julio de 2004, con el cual se establece la agenda de productividad y competitividad.

- CONPES 3424 del 16 de mayo de 2006, da los lineamientos para la banca de las oportunidades que promueve el emprendimiento al generar fuentes de financiación.
- Decreto 2175 de 2007, regula la administración y gestión de carteras colectivas, y se precisan aspectos sobre los fondos de capital privado.
- Sentencia C-392 de 2007 – de la Corte Constitucional, Creación de empresas bajo el régimen de empresas unipersonales.
- CONPES 3527 del 23 de junio de 2008, establece la Política Nacional de Competitividad y Productividad.
- CONPES 3533 del 14 de julio de 2008, crea las bases y lineamientos para crear el sistema de propiedad intelectual, direccionado a la competitividad y productividad del país.
- Decreto 525 de 2009, reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre el pago de parafiscales de manera gradual.
- Decreto 1192 de 2009, reglamenta la Ley 1014 de 2006 y dicta otras disposiciones.
- Conpes 3582 de 2009, establece la línea de fomento a la investigación y la innovación.
- Conpes 3697 de 2011, política para el desarrollo comercial de biotecnología a partir de la sostenibilidad de la biodiversidad.

Así mismo, dentro de la universidad de Nariño se crea la Unidad de Emprendimiento UNIVERSIDAD DE NARIÑO EMPRESARIAL – UNEMPRESA, con el acuerdo número 038 de abril 13 de 2007, emanado por el Consejo Superior de la Universidad de Nariño, la cual tiene como propósito fomentar el emprendimiento.

4.4. MARCO CONTEXTUAL

Los orígenes de la Universidad de Nariño se remontan al año de 1712, cuando se estableció el Colegio de la Compañía de Jesús gracias a numerosas campañas y donaciones de la comunidad, la cual logró reunir la suma de 43.000 patacones para la construcción del colegio, en el mismo sitio donde hoy se encuentra la sede de la Universidad, en el centro de la ciudad. En el colegio mencionado, fue notable la enseñanza de latinidad, lengua española e historia eclesiástica. En agosto de 1904 fue creado el Departamento de Nariño y en ese mismo año mediante Decreto 049 de noviembre 4, se fundó la Universidad de Nariño con las facultades de Derecho y Ciencias Políticas, Matemáticas e Ingeniería y clases de Comercio.

La Universidad de Nariño ha sido determinante en el desarrollo regional y nacional aportando a la región la formación de seres humanos, ciudadanos y profesionales que participan activamente en el desarrollo económico, científico, cultural y humano, lo que le ha merecido un amplio reconocimiento en la sociedad.

En los últimos años es evidente su fortalecimiento con: la ampliación de cobertura; el avance en la investigación e interacción social; la creación de programas académicos pertinentes y de calidad; la disposición de condiciones institucionales adecuadas de bienestar; la cualificación de su talento humano; la modernización de su infraestructura y la gestión adecuada de recursos en medio de las limitaciones de la educación pública en el país.

En abril de 2014, se cumplió la visita de verificación de condiciones iniciales, con presencia de los consejeros Franco Alirio Vallejo y Álvaro Zapata Domínguez, quienes certifican la existencia de dichas condiciones en nuestra Universidad, razón por la cual, el Consejo Nacional de Acreditación otorga el aval correspondiente. En tal virtud, la Universidad de Nariño mediante Acuerdo 099 de octubre 27 de 2014 autorizó el inicio del proceso de Autoevaluación con fines de Acreditación Institucional, acorde con los “Lineamientos para la acreditación institucional 2006” publicados en la segunda edición conjunta entre el CNA y ASCUN.

La Universidad de Nariño tiene como función la docencia, la investigación y la proyección social, es por ello que dentro la misión y visión tiene establecido un enfoque de formación de seres humanos más críticos, profesionales que le aporten al desarrollo de la región y que desde sus distintas disciplinas contribuyan a la investigación, la innovación y el emprendimiento.

Misión: La Universidad de Nariño, desde su autonomía y concepción democrática y en convivencia con la región sur de Colombia, forma seres Humanos, ciudadanos y profesionales en las diferentes áreas del saber y del conocimiento con fundamentos éticos y espíritu crítico para el desarrollo alternativo en el acontecimiento mundo.

Visión: La Universidad de Nariño, entendida como un acontecimiento en la cultura, es reconocida por su contribución, desde la creación de valores humanos, a la paz, la convivencia, la justicia social y a la formación académica e investigativa, comprometida con el desarrollo regional en la dimensión intercultural. (Universidad de Nariño, 2017)

De igual forma tiene establecido una cobertura amplia en la región de Nariño, buscando acercar la academia a la sociedad, es por ello que cuenta con programas en Tumaco, Túquerres e Ipiales, con programas pertinentes a las necesidades de estas localidades, buscando que los profesionales no migren a la capital y más bien generen oportunidades en sus entornos de origen.

La Universidad de Nariño cuenta con varias unidades académicas administrativas, como lo es el Centro de Estudios y Desarrollo Regional y Empresarial – CEDRE, Centro de Inteligencia de Mercados, y una muy importante para el emprendimiento como lo es la Unidad de Emprendimiento UNEMPRESA que se encuentra

adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, fue creada en el año 2007 y en la actualidad está bajo la responsabilidad del Departamento de Administración de Empresas y Finanzas.

La Universidad de Nariño es una entidad pública que ha venido aportando a la región por más de cien años, contribuyendo no sólo en la formación de profesionales, sino también al desarrollo económico y social del Departamento de Nariño, además de ser la universidad más antigua, es la más reconocida y la única que se encuentra con acreditación en alta calidad en la región, la cual fue otorgada mediante la resolución No. 10567 emanada por el Ministerio de Educación Nacional.

La universidad de Nariño en la actualidad cuenta con 11 facultades: Facultad de Ingeniería Agroindustria, que tiene 1 programa que es la Ingeniería Agroindustrial; Facultad de Ingeniería con 3 programas como Ingeniería Civil, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Electrónica; Facultad de la educación con 2 programas en Licenciatura educación básica con énfasis ciencias naturales-educación ambiental, Licenciatura en lengua castellana y literatura; Facultad de Derecho y Ciencias Políticas con 1 programa de derecho; Facultad de Ciencias Pecuarias con 3 programas de Ingeniería en Producción acuícola, Medicina Veterinaria, Zootecnia; Facultad de Ciencias exactas y Naturales con 5 programas como Física, Biología, Química, Licenciatura en matemáticas, Licenciatura en informática; Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas con 5 programas de Administración de Empresas, Comercio internacional, Mercadeo, Contaduría Pública, Economía; Facultad de ciencias de la Salud con 1 programa de medicina; Facultad de Ciencias Agrícolas con 3 programas como Ingeniería Agroforestal, Ingeniería agronómica, Ingeniería Ambiental; Facultad de Artes 6 programas como Arquitectura, Diseño Gráfico, Diseño industrial, Artes visuales, Licenciatura en artes visuales, Licenciatura en música; Facultad de Ciencias Humanas con 7 programas de Psicología, Sociología, Geografía, Licenciatura en educación básica con énfasis en humanidades, lengua castellano e inglés, Licenciatura en educación básica con énfasis en ciencias sociales, Licenciatura en filosofía y letras y Licenciatura en inglés-francés.

La oferta académica de la universidad de Nariño a nivel de pregrado es de 37 programas donde muchos de estos se encuentran certificados en alta calidad, así mismo cuenta con programas postgraduales a nivel de especialización, maestría y doctorado en diferentes áreas del conocimiento, logrando que la sociedad nariñense acceda a la formación tanto de pregrado como postgradual y contribuir así al desarrollo de la región

6. METODOLOGÍA

6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se plantea es **exploratoria y descriptiva**. De acuerdo a Hernández, Fernández, & Baptista, (2014), en esta investigación descriptiva:

(...) se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (...) (p 92).

En cuanto a la exploratoria estos mismos autores afirman que este tipo de estudios se emplean cuando el tema o problema de investigación ha sido poco estudiado. Como es el caso del emprendimiento en la Universidad de Nariño.

La presente propuesta de investigación pretendió explorar y describir cuales son las creencias de comportamiento, normativas y controladas de los estudiantes de pregrado de la Universidad de Nariño que cursan carreras profesionales relacionadas a los sectores de clase mundial y cómo éstas influyen en la intención emprendedora.

6.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

6.2.1 Fuentes Primarias. El presente estudio recurrió a información suministrada por los estudiantes de la universidad de Nariño que se encuentran cursando el último año de formación profesional en las carreras que están relacionadas a los sectores de clase mundial en Colombia, que de acuerdo al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se dividen en tres grupos: manufacturero, agroindustria y de servicios. De igual forma, en el portal web de Colombia aprende del Ministerio de Educación Nacional, se presentan los programas que se encuentran asociados con los sectores de clase mundial. En el caso concreto de la Universidad de Nariño los programas que se ajustan a la caracterización propuesta por el MEN son relacionados en la Tabla 1.

Tabla 1. Programas de la Universidad de Nariño relacionados a los sectores de clase mundial

MANUFACTURA	AGROINDUSTRIA	SERVICIOS
Diseño Industrial	Biología Ingeniería Agronómica Ingeniería Ambiental Ingeniería Agroforestal Ingeniería Agroindustrial Ingeniería de producción acuícola Medicina Veterinaria Zootecnia Química	Diseño Gráfico Administración de Empresas Contaduría Pública Economía Mercadeo Comercio Internacional Medicina Ingeniería Civil Ingeniería Electrónica Ingeniería de Sistemas Psicología

Fuente: Adaptación propia, de acuerdo al MEN y MinCIT.

Adicionalmente se tuvo en cuenta la percepción de las diferentes directivas universitarias: directores de programa, decanos, vicerrectores y rector.

6.2.2 Fuentes Secundarias. Para el estudio propuesto se tuvo en cuenta artículos de investigación relacionados con la intención emprendedora de estudiantes de pregrado a nivel Internacional, Nacional, se consultaron libros y artículos especializados relacionados con el tema de emprendimiento empresarial y con la Teoría del Comportamiento Planeado.

6.2.3 Fuentes Terciarias. En lo referente a este tipo de fuentes, se acudió a bases de datos de la Universidad del Valle y de la Universidad de Nariño.

6.3 MARCO LÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 2. Matriz de marco lógico de investigación

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	INDICADORES	SUPUESTOS	CONTROL AL SUPUESTO
Diagnosticar las intenciones emprendedoras de los estudiantes que se encuentran cursando el último año de formación profesional en los veintidós programas de la Universidad de Nariño relacionados con los sectores de clase mundial de acuerdo con la teoría del comportamiento planeado.					
Identificar las creencias de comportamiento que influyen sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes.	Diseñar el instrumento para la recolección de información. Aplicar una prueba piloto para demostrar la validez y confiabilidad. Aplicar el instrumento de medición Procesar y analizar la información. Identificar y describir las creencias de comportamiento que influyen en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Nariño. Presentar las conclusiones del trabajo de campo.	Humanos Investigadores Financiero Presupuesto de la investigación Técnicos Equipos de computo Equipos audiovisuales Papelería Equipos de comunicación	Número de encuestas aplicadas. Porcentaje de estudiantes influenciados por las creencias de comportamiento Número de creencias de comportamiento más relevantes en la intención de emprender.	Los estudiantes no respondan a las encuestas Los estudiantes no den respuestas inconsistentes a la realidad Los docentes no brinden los espacios académicos para el desarrollo de los cuestionarios	Incentivar a través de notas apreciativas con docentes Presentar información sobre la conceptualización del emprendimiento empresarial Solicitar un permiso desde la Vicerrectoría de Investigación, Postgrados y Relaciones Internacionales.
Determinar el tipo de creencias normativas del entorno cercano al estudiante que inciden en el desarrollo del espíritu emprendedor.	Analizar la información relacionada a las creencias normativas. Identificar y describir las creencias normativas que influyen en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Nariño. Presentar las conclusiones del desarrollo del objetivo.	Información del trabajo de campo	Número de encuestas aplicadas. Porcentaje de estudiantes influenciados por las creencias normativas. Número de creencias normativas más relevantes en la intención de emprender.	No existe interés en contestar el instrumento.	Buscar estrategias para motivar a contestar el instrumento.
Establecer las creencias controladas que influyen en las capacidades emprendedoras de los estudiantes.	Analizar la información relacionada a las creencias controladas. Identificar y describir las creencias controladas que influyen en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Nariño. Presentar las conclusiones del desarrollo del objetivo.	Información del trabajo de campo	Número de encuestas aplicadas. Porcentaje de estudiantes influenciados por las creencias controladas. Número de creencias controladas relevantes en la intención de emprender.	No existe interés en contestar el instrumento.	Buscar estrategias para motivar a contestar el instrumento.
Establecer acciones encaminadas a fortalecer el emprendimiento en la universidad de Nariño.	Programa de fomento al emprendimiento.	Información del trabajo de campo.	Número de actividades propuestas para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes. Presupuesto destinado al programa de emprendimiento	La Universidad no cuenta con recursos suficientes para financiar las actividades propuestas.	Buscar apoyo en actores estratégicos como el SENA y la Red de Emprendimiento de Nariño para la ejecución de las acciones propuestas.

Fuente: Esta Investigación.

6.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

6.4.1 Población. Según la Oficina de Registro y Control Académico OCARA, en el periodo B de 2017 se encuentran matriculados un total **1.219 estudiantes** en los dos últimos semestres (noveno y décimo) de los programas relacionados con los sectores de Clase Mundial: Diseño industrial, Diseño gráfico, Biología, Química, Ingeniería agronómica, Ingeniería ambiental, Ingeniería agroforestal, Ingeniería agroindustrial, Ingeniería de producción acuícola, Ingeniería civil, Ingeniería electrónica, Ingeniería de sistemas, Medicina veterinaria, Zootecnia, Administración de Empresas, Economía, Mercadeo, Comercio Internacional, Contaduría Pública, Psicología y Medicina.

Adicionalmente se realizó una entrevista dirigida a los 21 de directores de los programas mencionados; a los 9 Decanos de las facultades relacionadas: Facultad de Artes, Facultad de Ciencias Agrícolas, Facultad de Ciencias de la Salud, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, Facultad de Ciencias Pecuarias, Facultad de Ingeniería, Facultad de Ingeniería Agroindustrial; y a los 4 directivos de la administración central (Rector, Vicerrector Académico, Vicerrector de Investigaciones y Vicerrectoría de Investigación, Postgrados y Relaciones Internacionales).

6.4.2 Muestra. Para el caso de los estudiantes a partir de un muestreo aleatorio estratificado se procede al cálculo de la muestra de la siguiente manera:

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

Dónde:

N: Población

Z: 1,96

P= 0,5

Q= 0,5

e=0,05

En consecuencia, el tamaño muestral es el siguiente:

$$n = \frac{1219 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(1219 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n= 292, 29 ≈293

Es decir, se aplican 293 encuestas. Enseguida se determinó el número de encuestas a aplicar por Programa Académico:

Tabla 3. Número de encuestas aplicadas por Programa Académico.

PROGRAMA	NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS (9 Y 10)	FACTOR DE PROPORCIÓN K (n/N)	NÚMERO DE ENCUESTAS POR APLICAR
Administración de Empresas	64	0,240360952	15
Biología	32	0,240360952	8
Comercio Internacional	56	0,240360952	13
Contaduría Pública	47	0,240360952	11
Diseño Gráfico	68	0,240360952	16
Diseño Industrial	60	0,240360952	14
Economía	50	0,240360952	12
Ingeniería Agroforestal	45	0,240360952	11
Ingeniería Agroindustrial	120	0,240360952	29
Ingeniería Agronómica	53	0,240360952	13
Ingeniería Ambiental	48	0,240360952	12
Ingeniería Civil	226	0,240360952	54
Ingeniería Electrónica	42	0,240360952	10
Ingeniería en Producción Acuícola	36	0,240360952	9
Ingeniería de Sistemas	50	0,240360952	12
Medicina	33	0,240360952	8
Medicina Veterinaria	48	0,240360952	12
Mercadeo	35	0,240360952	8
Psicología	59	0,240360952	14
Química	33	0,240360952	8
Zootecnia	14	0,240360952	4
Total	1219	0,240360952	293

Fuente: Esta investigación con base a información suministrada por la Oficina de Planeación y Desarrollo a corte septiembre 4 de 2017.

6.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

A partir de las dimensiones de la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen, se construyó un **cuestionario** en el cual se evalúan las creencias de comportamiento, normativas y controladas de los estudiantes que cursan último año de formación en los programas relacionados a los sectores de clase mundial.

Para la construcción del cuestionario se tomó como referentes los instrumentos de los siguientes estudios:

- El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto Guess Colombia 2016. (EAFIT, 2016).
- Tesis doctoral denominada “Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío” (Tarapuez, 2015).

Adicionalmente se realizó una **entrevista** estructurada dirigida a los responsables de las políticas institucionales como son los directores de programa, decanos y directivos de la administración central. Esto se hizo con el fin de tener una visión integral del emprendimiento en la Universidad de Nariño, buscando complementar la información obtenida de la percepción de los estudiantes.

6.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 4. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADORES	DIMENSIONES	ÍTEMS
Creencias de comportamiento	Se entiende como el grado con el cual un individuo tiene una valoración favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión, en este caso de llevar a cabo una acción emprendedora. Es un reflejo de las creencias y opiniones que posee el individuo sobre dicho comportamiento.	% de respuesta por ítem de escala Likert.	Actitudes positivas para emprender.	He pensado seriamente en iniciar una empresa. Hare todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa en el futuro. Identificar y superar un reto personal. Posibilidad de ganar más dinero que si fuera empleado. Ser mi propio jefe, manejar mi tiempo y alcanzar la independencia. Lograr mi autorrealización y satisfacción personal. Dificultad para conseguir empleo. En su plan de vida no se visualiza como empleado. La alta posición social que ocupan quienes son empresarios. He asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio obligatorio de mis estudios. He asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de mis estudios. Estoy estudiando un programa específico de emprendimiento por mi cuenta. No he asistido a un curso de emprendimiento hasta ahora. El entorno de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios. En mi universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras. Las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan mi intención de crear una empresa. La universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario. Mis padres me motivan a ser emprendedor. Mis familiares cercanos me motivan a ser emprendedor. Alguno de los miembros de mi familia tiene un negocio o empresa propia. A tus amigos les interesa emprender Alguno de tus amigos es emprendedor. Es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena. En esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas. Tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto. En la actualidad es más difícil crear una empresa que hace unos años atrás. Una persona que fracasa en la creación de una empresa también es considerada como fracasada. Ser empleado es más fácil que ser empresario Escaso capital para iniciar la empresa. Muchos impuestos y trámites para crear una empresa. Insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa. Mi carrera universitaria no es para crear empresa. Algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza. Baja confianza en mis capacidades emprendedoras. No tengo claro qué empresa quisiera crear. Falta de socios para iniciar una empresa. No sé producir ni fabricar nada en particular. El dinero es solamente un factor más de los que se requiere para crear empresa. Ganar dinero es lo único que les interesa a los empresarios. Les gusta asociarse con otros empresarios e inversionistas. Demuestran su mentalidad creativa e innovadora. Asumen riesgos calculados para el crecimiento de sus empresas. Tienen gran capacidad de organización. Son personas con poca preparación académica. Tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto. Son personas con escaso criterio de ética, justicia y responsabilidad social. Se sobreponen a las dificultades. Posen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo. Se adaptan fácilmente al cambio e incluso lo generan.
Creencias normativas	Hacen referencia a la presión social percibida para realizar o no una conducta determinada. Hace referencia al grado con el cual el comportamiento a realizar cumple con los deseos de aquellos individuos importantes en la vida del individuo. Por ejemplo, las expectativas de la familia del individuo sobre la conveniencia de que se haga empresario.	% de respuesta por ítem de escala Likert.	El contexto universitario.	
		% de respuesta por ítem de escala Likert.	El contexto familiar	
		% de respuesta por ítem de escala Likert.	El contexto social y cultural	
Creencias de control del comportamiento	Hace referencia a la facilidad o dificultad percibida de la realización de un comportamiento determinado. Es la percepción que tiene el individuo de su habilidad para llevar a cabo una conducta específica.	% de respuesta por ítem de escala Likert.	Obstáculos para crear empresa (actitudes negativas)	
		% de respuesta por ítem de escala Likert.	Percepción sobre la actividad empresarial	

Fuente: Esta Investigación.

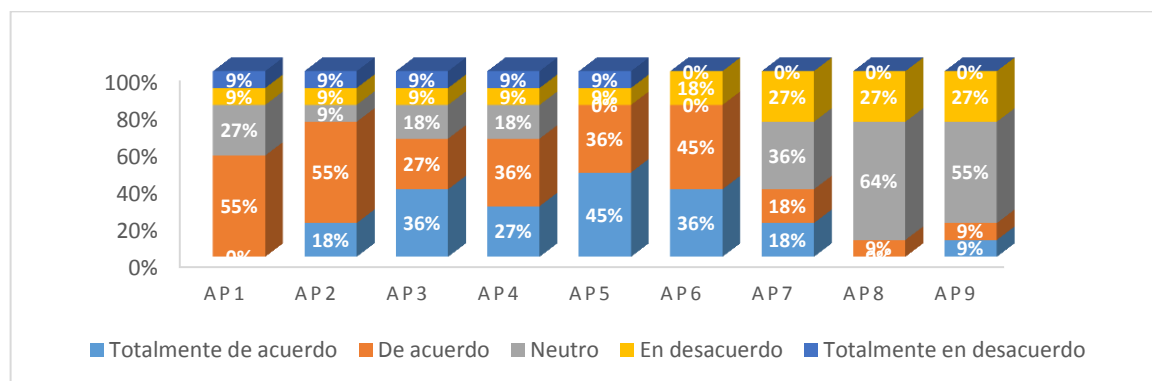
7. RESULTADOS: ANÁLISIS DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO

7.1. CREENCIAS DE COMPORTAMIENTO QUE INFLUYEN SOBRE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES.

7.1.1 Facultad de Ciencias Agrícolas

7.1.1.1 Programa de Ingeniería Agroforestal. A continuación, se presenta el análisis de las creencias de comportamiento que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal de la Universidad de Nariño:

Gráfica 1. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal.



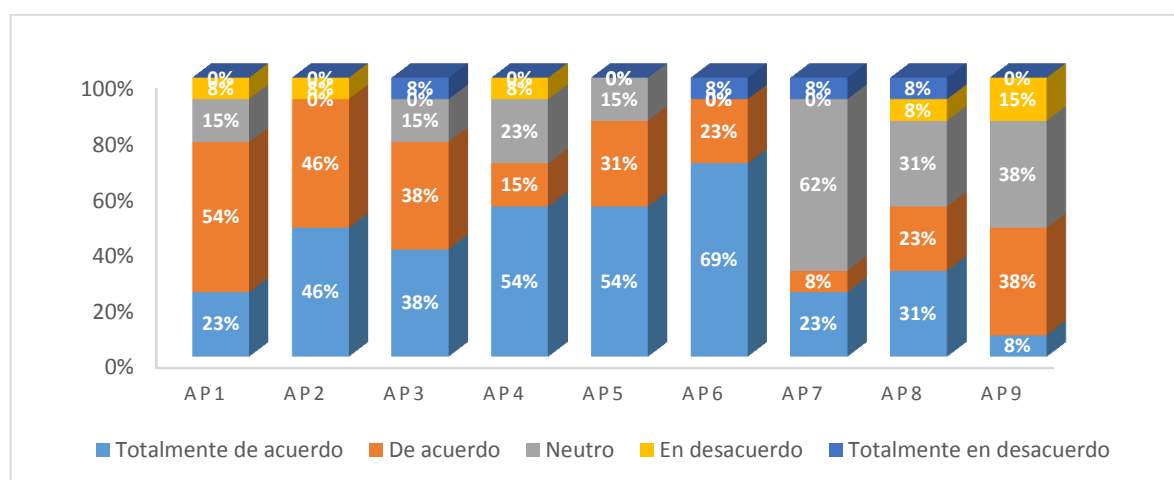
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes de Ingeniería Agroforestal en un gran porcentaje han considerado iniciar su propia empresa (55% de aceptación para AP1), así mismo esperan hacer todo lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (73% de respuestas positivas con AP2). La creación de empresa también se considera un reto personal (63% de favorabilidad para AP3) y una forma de ganar más dinero en vez de ser empleado (63% de respuestas positivas para AP4). El 81% de los encuestados consideran que crear su propia empresa les permitirá ser más independientes (AP5), también piensan que la creación de empresa es una meta de autorrealización (81% de respuestas positivas para AP6) pero sienten incertidumbre respecto a que tan fácil es conseguir empleo (36% de respuestas

favorables y 36% de respuestas neutras para AP7) o a si se visualizan como empleados (64% de respuestas neutras para AP8). Finalmente, al parecer no es un hecho motivador muy fuerte el alcanzar una alta posición social al ser empresarios (18% de favorables y 55% de respuestas neutras para AP9). De este apartado se deduce que los estudiantes de Ingeniería Agroforestal tienen interés en iniciar su propia empresa y las razones de mayor peso en su actitud positiva emprendedora son en su orden: la independencia laboral, una meta de autorrealización, un medio para ganar más dinero y el logro de un reto personal.

7.1.1.2. Programa de Ingeniería Agronómica

Gráfica 2. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica



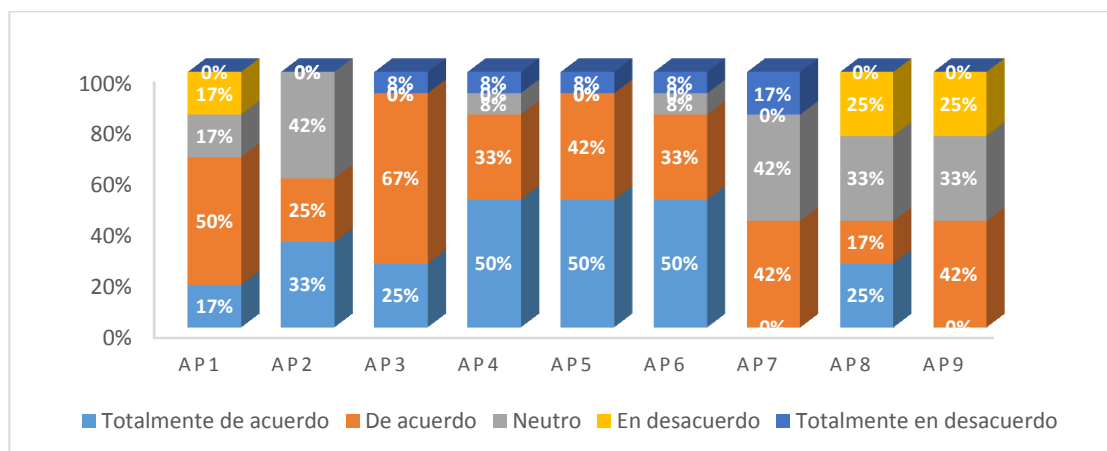
Fuente: Esta investigación

En este apartado se resalta que los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal en un gran porcentaje han pensado en iniciar su empresa (77% de favorabilidad para AP1). Así mismo están de acuerdo con la idea de crear y dirigir su propia empresa (92% de respuestas favorables para AP2) lo que indica que existe interés en emprender. El emprendimiento también es visto como una forma de identificar y superar un reto personal (76% de respuestas favorables para AP3). El 69% de los encuestados consideran que existe una probabilidad alta de ganar más dinero al ser dueño de su propia empresa (AP4). La posibilidad de ser su propio jefe y manejar su tiempo personal se considera una razón atrayente para emprender (85% de respuestas afirmativas para AP5). En cuanto a la AP6 referente a la autorrealización personal casi la totalidad de encuestados (92% de respuestas positivas) consideran que ser empresario sería una meta de crecimiento personal de gran importancia.

Los encuestados del Programa de Ingeniería Agroforestal consideran que actualmente es complejo poder conseguir un empleo con facilidad (31% de respuestas favorables para AP7) aunque en la mayoría de las respuestas existe incertidumbre al respecto (62% de respuestas neutras para AP7) lo que indica que esta no sería una razón muy poderosa para motivarlos a emprender. En lo concerniente a si los futuros ingenieros agrónomos se visualizan como empleado (AP8) el 54% piensan que podrían trabajar de manera independiente o iniciar su propio negocio. Se concluye este apartado analizando la percepción de los estudiantes frente a la posibilidad de lograr una alta posición social al ser empresarios que en el 46% de los casos se está de acuerdo con esta posibilidad, pero aún existe un alto porcentaje de incertidumbre (38% de respuestas neutras para AP9). Se puede deducir entonces que los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal consideran como razones de importancia que los conducirían a crear su propia empresa en su orden: la autorrealización personal, ser su propio jefe y manejar su tiempo y la superación de un reto personal.

7.1.1.3 Programa de Ingeniería Ambiental

Gráfica 3. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental



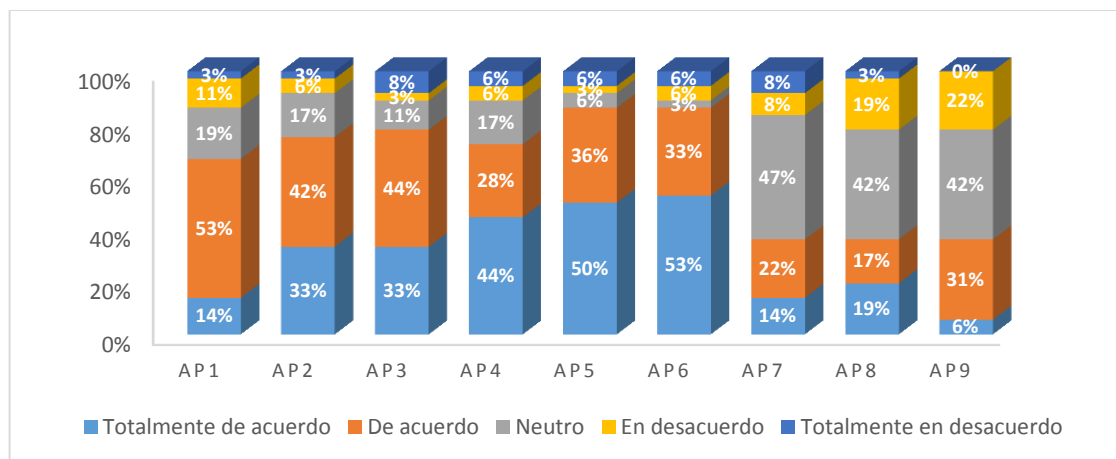
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental en gran parte han pensado iniciar su propia empresa (67% de respuestas positivas para AP1), así mismo esperan hacer todo lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (58% de respuestas afirmativas para AP2). También supone la creación de empresa una forma de superar un reto personal (92% de respuestas favorables para AP3) y una posibilidad de ganar más dinero en vez de ser empleado (83% de favorabilidad para AP4). El 92% de los estudiantes de Ingeniería Ambiental consideran que crear su propia empresa les permitirá manejar su tiempo y ser más independientes (AP5). En igual sentido el hecho de ser dueño de su propia empresa sería una

meta de autorrealización (83% de respuestas positivas para AP6) pero sienten incertidumbre respecto a que tan fácil es conseguir empleo (42% de respuestas favorables y el mismo porcentaje de respuestas neutras para AP7). También existen dudas frente a si se visualizan como empleados (33% de respuestas neutras y 25% de respuestas negativas para AP8). Finalmente, al parecer no es un hecho motivador muy fuerte el alcanzar una alta posición social al ser empresarios (42% de respuestas de acuerdo y 33% de respuestas neutras para AP9). De este apartado se deduce que los estudiantes de Ingeniería Ambiental tienen interés en iniciar su propia empresa y las razones de mayor peso en su actitud positiva emprendedora son en su orden: un reto personal que tienen, el manejo de tiempo personal e independencia, lograr la autorrealización y ganar más dinero que un empleado convencional.

7.1.1.4 Facultad de Ciencias Agrícolas

Gráfica 4. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas



Fuente: Esta investigación

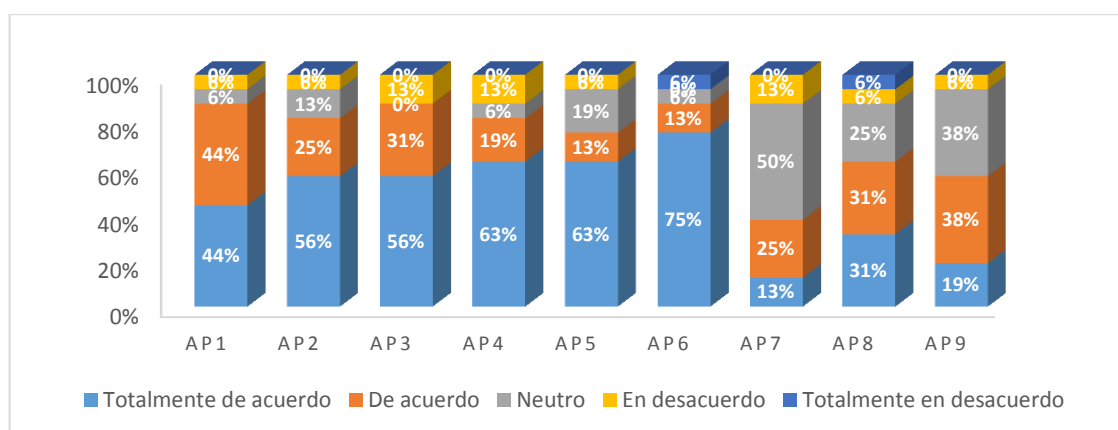
En la gráfica anterior se puede observar que el 67% de los estudiantes de la FACIA han considerado iniciar su propia empresa (AP1), de igual manera se deduce que el 75% esperan hacer todo lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (AP2). Para el 77% de los encuestados la creación de empresa se considera un reto personal (AP3) e igualmente un porcentaje considerable de encuestados perciben este proceso como una forma de ganar más dinero en vez de ser empleado (72% de respuestas positivas para AP4). El 86% de los encuestados esperan crear su propia empresa y ser más independientes (AP5) y el mismo porcentaje de estudiantes de la FACIA creen que lograrán su autorrealización al ser dueños de su negocio (86% de respuestas positivas para AP6).

Un porcentaje considerable de encuestados sienten incertidumbre respecto a conseguir con facilidad un empleo (47% de respuestas neutras para AP7) o a si definitivamente serán empleados (47% de respuestas neutras para AP8). Finalmente, al parecer no es un factor motivador determinante el alcanzar una alta posición social al ser empresarios (42% de respuestas neutras para AP9). De este apartado se deduce que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas tienen interés en iniciar su propia empresa y las razones de mayor peso en su actitud positiva emprendedora son en su orden: lograr su autorrealización, ser más independientes, alcanzar un reto personal y ganar más dinero.

7.1.2. Facultad de Artes

7.1.2.1 Programa de Diseño Gráfico

Gráfica 5. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico



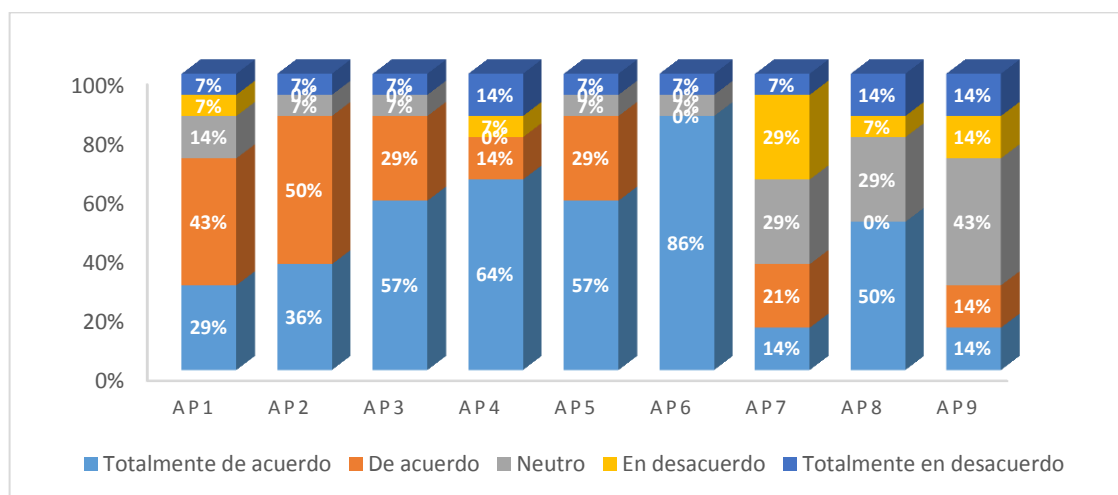
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes de Diseño Gráfico en un gran porcentaje han considerado iniciar su propia empresa (88% de aceptación para AP1), así mismo esperan hacer todo lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (81% de respuestas positivas con AP2). La creación de empresa también se considera un reto personal (87% de favorabilidad para AP3) y una forma de ganar más dinero en vez de ser empleado (82% de respuestas positivas para AP4). El 76% de los encuestados consideran que crear su propia empresa les permitirá ser más independientes (AP5), también piensan que la creación de empresa es una meta de autorrealización (88% de respuestas positivas para AP6) pero sienten incertidumbre respecto a que tan fácil es conseguir empleo (50% de respuestas neutras para AP7). El 62% de los encuestados en su plan de vida no se visualizan como empleados (AP8) y finalmente es atractivo para convertirse en empresario el alcanzar una alta posición social (57% de respuestas favorables para AP9). De este apartado se

deduce que los estudiantes de Diseño Gráfico en su gran mayoría tienen interés en iniciar su propia empresa y las razones de mayor peso en su actitud positiva emprendedora son en su orden: una meta de autorrealización, un reto personal, la posibilidad de ganar más dinero que un empleado, mayor independencia laboral y alcanzar una alta posición social.

7.1.2.2. Programa de Diseño Industrial

Gráfica 6. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial



Fuente: Esta investigación

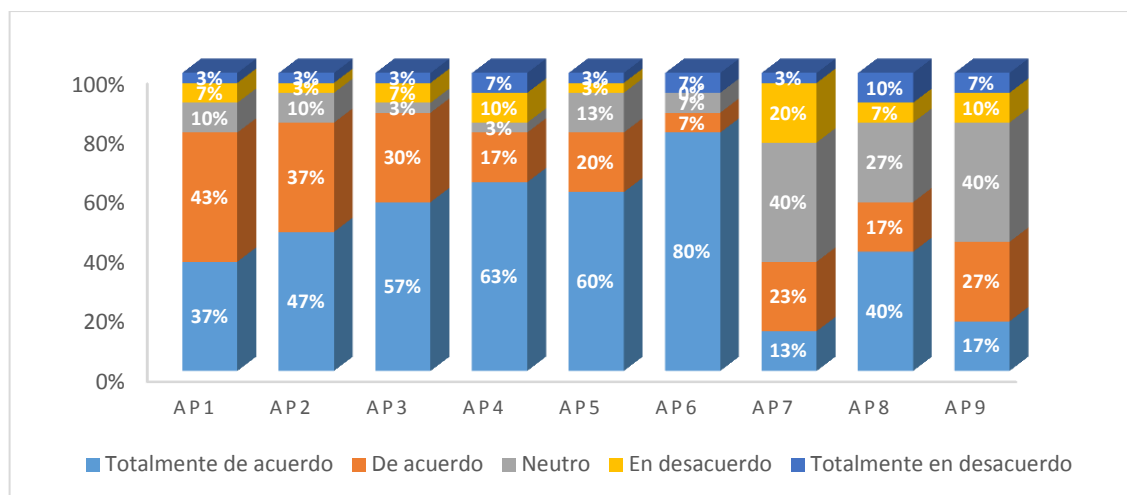
En este apartado se resalta que los estudiantes del Programa de Diseño Industrial en un gran porcentaje han pensado en iniciar su empresa (72% de favorabilidad para AP1). Así mismo están de acuerdo con la idea de crear y dirigir su propia empresa (86% de respuestas favorables para AP2) lo que indica que existe interés en emprender. El emprendimiento también es visto como una forma de identificar y superar un reto personal (86% de respuestas favorables para AP3). El 78% de los encuestados consideran que existe una probabilidad alta de ganar más dinero al ser dueño de su propia empresa que al ser empleado (AP4). La posibilidad de ser su propio jefe y manejar su tiempo personal se considera una razón atrayente para emprender (86% de respuestas afirmativas para AP5). En cuanto a la AP6 referente a la creación de empresa como una forma autorrealización y satisfacción personal un número considerable de encuestados están de acuerdo con esta afirmación (86% de respuestas positivas para AP6).

Los encuestados del Programa de Diseño Industrial tienen dudas frente a qué tan difícil es poder conseguir un empleo en la actualidad (36% de respuestas negativas y 29% de respuestas neutras para AP7) lo que indica que esta no sería una razón muy poderosa para emprender. En lo concerniente a si los futuros

diseñadores industriales no se visualizan como empleados (AP8) el 50% están de acuerdo con esta afirmación. Se concluye este apartado observando que en el 43% de las respuestas existen dudas sobre el hecho de que ser empresario permite alcanzar una alta posición social (AP9). Se puede deducir entonces que los estudiantes del Programa de Diseño Industrial consideran como razones de importancia que los conducirían a crear su propia empresa en su orden: identificar y superar un reto personal, una posibilidad de ganar más dinero que si fuera empleado, ser su propio jefe, manejar su tiempo y alcanzar su independencia financiera, lograr su autorrealización y satisfacción personal y la posibilidad de ganar más dinero que si fuera empleado.

7.1.2.3 Facultad de Artes

Gráfica 7. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Artes



Fuente: Esta investigación

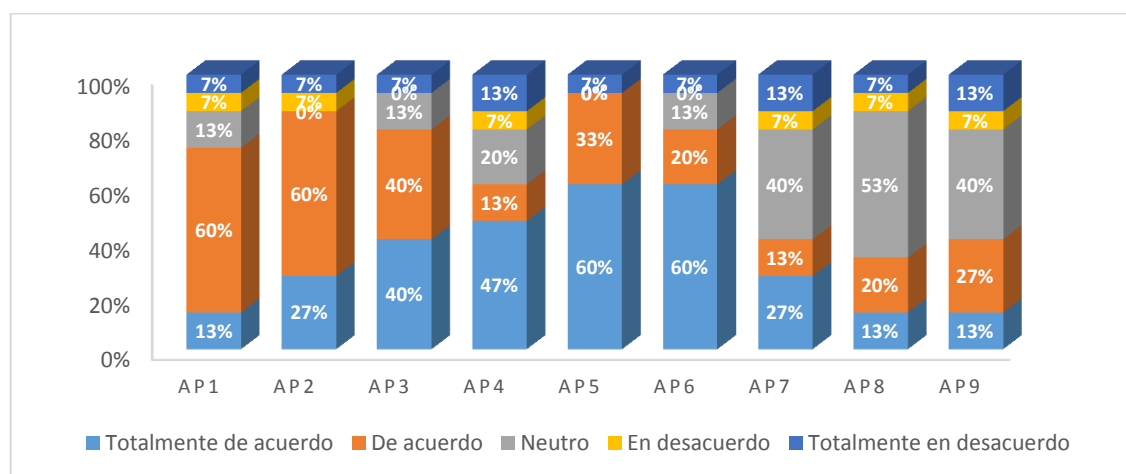
Los estudiantes de la Facultad de Artes en su gran parte han considerado iniciar su propia empresa (80% de aceptación para AP1), así mismo esperan hacer todo lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (84% de respuestas positivas con AP2). También supone la creación de empresa un reto personal (87% de favorabilidad para AP3) y una forma de ganar más dinero en vez de ser empleado (80% de favorabilidad para AP4). El 80% de los encuestados consideran que crear su propia empresa les permitirá manejar su propio tiempo y ser más independientes (AP5), también perciben que con este hecho alcanzarán su autorrealización (87% de respuestas positivas para AP6) pero sienten incertidumbre respecto a que tan difícil es conseguir empleo (40% de respuestas neutras para AP7). El 57% de los estudiantes de la Facultad de Artes no se visualizan como empleados (AP8) y el 44% de los encuestados perciben que los empresarios tienen un alto estatus social, sin embargo, se tienen dudas en un

porcentaje igualmente considerable (40% de respuestas neutras para AP9). De este apartado se deduce que los estudiantes de la Facultad de Artes tienen interés en iniciar su propia empresa y las razones de mayor peso en su actitud positiva emprendedora son en su orden: lograr su autorrealización, superar un reto personal, posibilidad de ganar más dinero y ser su propio jefe, manejar su tiempo y alcanzar su independencia.

7.1.3. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

7.1.3.1 Programa de Administración de Empresas

Gráfica 8. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas



Fuente: Esta investigación

En este apartado se resalta que los estudiantes del Programa de Administración de Empresas han pensado en iniciar su negocio (73% de respuestas favorables para AP1) y están de acuerdo con la idea de crear y dirigir su propia empresa (87% de respuestas favorables para AP2) lo que indica que la intención emprendedora partiría de una iniciativa propia de los estudiantes, es decir existe interés en emprender. El emprendimiento también es visto como una forma de identificar y superar un reto personal (AP3) que para el caso de programa de Administración de Empresas es algo evidente debido a que desde los primeros semestres se fomenta el espíritu emprendedor (80% de respuestas favorables).

Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa (AP4) existe una percepción general positiva (60% de respuestas favorables) que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender, aunque la realidad indique que en los primeros años de existencia una empresa pueda afrontar dificultades económicas. Colombia se

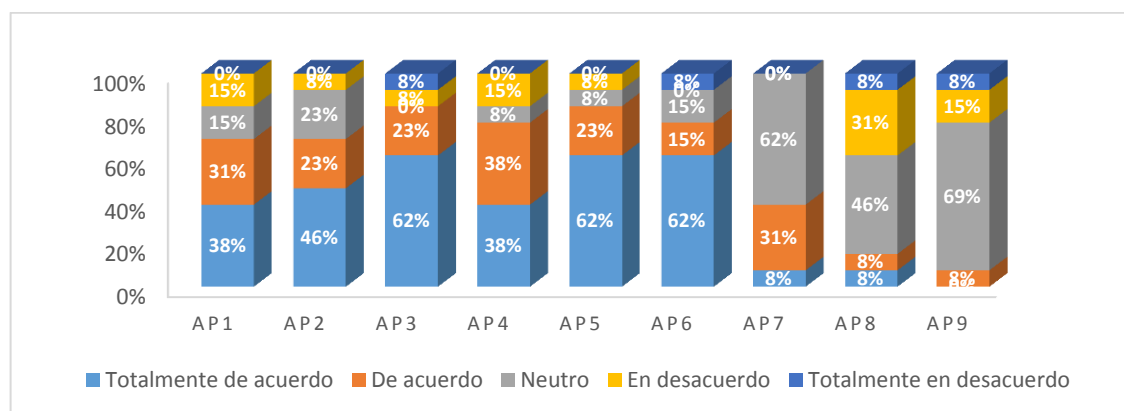
caracteriza por tener un alto número de emprendimiento y una dinámica positiva en la creación de nuevas empresas pues al año cerca de 250 mil empresas son creadas, pero desaparecen, en promedio, el 30% de ellas. Según un estudio publicado por la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – Confecámaras-, en el 2016, sobre supervivencia empresarial, las empresas creadas después del primer año sobrevivieron el 78.3%, al tercer año el 61% y llegando a los cinco años el 42.9%, concluyendo que cerca del 40% de las empresas continúan activas tras cinco años de su creación. (EL HERALDO, 2017).

Ser su propio jefe y manejar su tiempo personal (AP5) se considera una razón válida y de importancia alta (93% de respuestas positivas) para asumir una actitud favorable hacia emprender, debido a que a diferencia del empleado puede tener mayor flexibilidad horaria, aunque claro está más compromiso. En cuanto a la AP6 referente a la autorrealización personal, que como afirmaba Maslow citado por (Robbins & Coulter, 2010, pág. 342) es un ideal al que todo ser humano debería llegar a tener pues implica aprovechar al máximo el potencial personal, la mayoría de los encuestados (80% de respuestas favorables) consideran que ser empresario sería una meta de gran importancia que podrían alcanzar en sus vidas.

Los estudiantes consideran que en la situación actual es complicado poder conseguir un empleo (AP7) con facilidad (40% de acuerdo) aunque existe escepticismo que esta información sea del todo cierta (40% neutro) lo que indica que esta no sería una razón muy poderosa para motivar a emprender. En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado (AP8) la mayoría de las respuestas de ubican en la actitud neutra (53%) lo que indica a que existe incertidumbre por el futuro, algunos se ven como empleados (33% de acuerdo) aunque es posible que estén de acuerdo con la idea de poder iniciar su propio negocio como indica la AP1. Finalmente, los estudiantes de Administración consideran que no tiene relación con su decisión de emprender el hecho de que puedan alcanzar un alto estatus social (AP9), predominando la actitud neutra (40%). En síntesis, los estudiantes de Administración de Empresas consideran como razones de importancia que los conducirían a crear su propia empresa en su orden la posibilidad de ser su propio jefe, la autorrealización personal, superar un reto personal y la posibilidad de ganar más dinero. Todo lo anterior se complementa con lo afirmado en la variable AP2 donde 13 encuestados manifiestan una actitud positiva a realizar todos los esfuerzos posibles para iniciar su propio negocio.

7.1.3.2 Programa de Comercio Internacional

Gráfica 9. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.



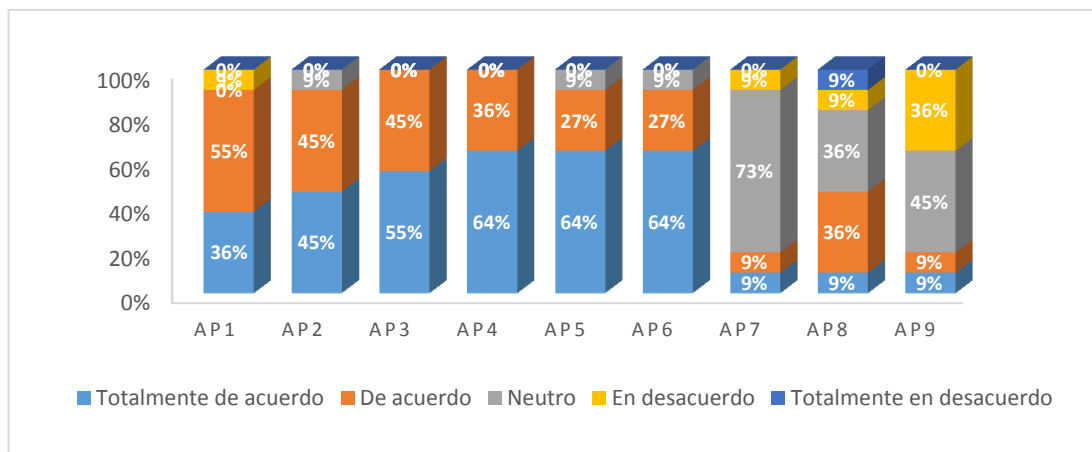
Fuente: Esta investigación

Encontramos que los estudiantes de Comercio Internacional han pensado seriamente en iniciar un negocio en el 69% de los casos (AP1), también tienen la intención de iniciar y dirigir su propia empresa a futuro (69% de respuestas afirmativas para AP2). Existen indicios de una visión empresarial por parte de los estudiantes cuando manifiestan identificarse y superar un reto personal a través del emprendimiento con 85% de respuestas favorables para AP3. Desde el punto de vista económico y teniendo en cuenta el emprendimiento como una fuente de ingresos de mayor valor que la de un empleado los estudiantes respondieron positivamente con una participación del 76% de la actitud AP4, en lo concerniente a la actitud AP5 acerca de manejar su propio tiempo, ser su propio jefe y tener independencia existe un 85 % de favorabilidad y además los encuestados creen que crear su empresa sería una forma de lograr su autorrealización, y satisfacción personal, como se evidencia con las respuestas con un 77 % de actitud positiva en la actitud AP6.

Con respecto a la afirmación sobre la dificultad para obtener empleo como se plantea en la actitud AP7, los estudiantes del Programa de Comercio Internacional manifiestan incertidumbre en este factor puesto que lo califican como neutral en el 62% de los casos. El 46 % de los encuestados parecen tener dudas cuando se pregunta si su plan de vida no se visualiza como empleados (AP8), así mismo existe un alto nivel de indecisión cuando se cuestiona si el llegar a ser empresarios les permitirá el alcanzar una alta posición social (69% de respuestas neutras para AP9). De lo anterior se puede deducir que los estudiantes del Programa de Comercio tienen interés en iniciar su propio negocio y las razones de mayor peso que los conducen a tomar tal conducta son en orden de importancia: superar un reto personal, manejar su propio tiempo y ser más independientes, lograr su autorrealización y obtener más dinero que si fueran empleados.

7.1.3.3 Programa de Contaduría Pública

Gráfica 10. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.



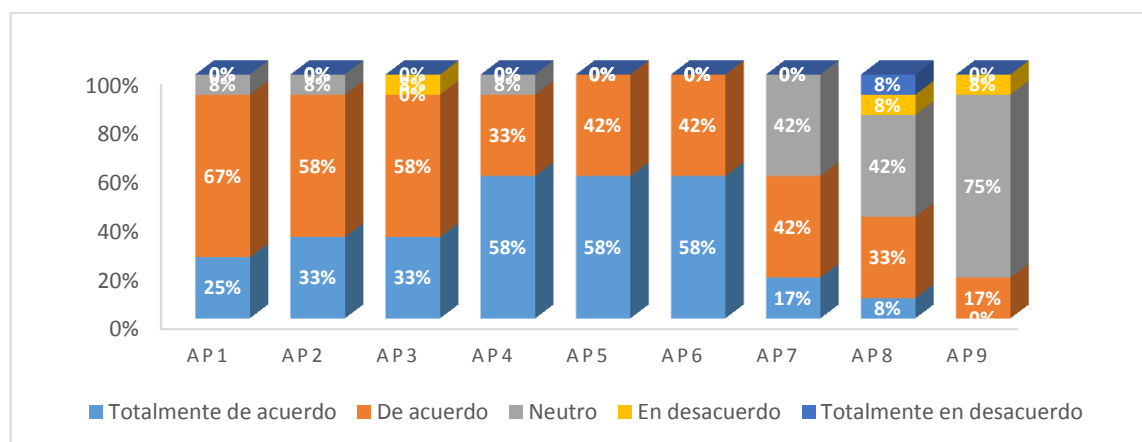
Fuente: Esta investigación.

Los estudiantes de Contaduría consideran empezar su propia empresa (91% de aceptación para AP1), de la misma forma esperan hacer lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (90% de respuestas positivas con AP2) y admiten el reto personal de la creación de empresa con el total de los encuestados a favor (100% de respuestas favorables para AP3). Así mismo consideran el emprendimiento una actividad para generar más recursos a diferencia de ser empleado (100% de favorabilidad para AP4).

El 91% de los encuestados consideran que emprender les permitirá alcanzar independencia laboral (AP5), y se considera un propósito de autorrealización (91% de respuestas afirmativas para AP6) pero sienten dudas en relación a que tan difícil es conseguir empleo (73% de respuestas neutras para AP7) o a si se visualizan como empleados (36% de respuestas neutras para AP8). Finalmente se concluye que no es un incentivo para emprender obtener una posición social alta al ser dueños de empresa (45% de respuestas neutras y 36% de respuestas en desacuerdo). En resumen, los estudiantes del Programa de Contaduría Pública enfocan su interés en iniciar su propia empresa y las razones que más los influncian en su actitud positiva emprendedora son: un reto personal que tienen, la posibilidad de generar ingresos económicos que les permitirá tener independencia, la independencia laboral y la autorrealización.

7.1.3.4 Programa de Economía

Gráfica 11. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Economía



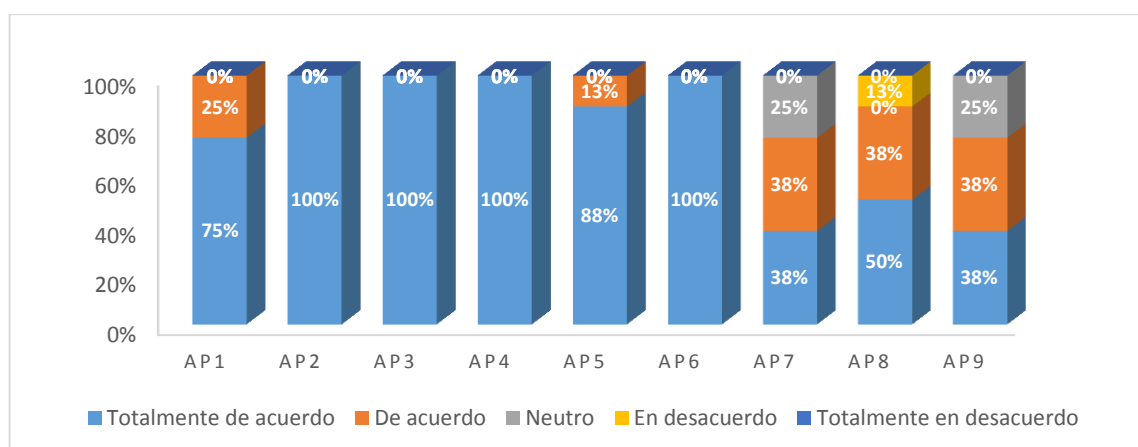
Fuente: Esta investigación.

Los estudiantes del Programa de Economía en gran parte han pensado iniciar su propia empresa (92% de respuestas positivas para AP1), así mismo esperan hacer todo lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (91% de respuestas afirmativas para AP2). También supone la creación de empresa una forma de superar un reto personal (91% de respuestas favorables para AP3) y una posibilidad de ganar más dinero en vez de ser empleado (91% de favorabilidad para AP4). La totalidad de los estudiantes de Economía consideran que crear su propia empresa les permitirá manejar su tiempo y ser más independientes (100% para AP5).

En igual sentido el hecho de ser dueño de su propia empresa sería una meta de autorrealización (100% de respuestas positivas para AP6) y el 59% de encuestados piensan que es difícil conseguir empleo (AP7). Existen opiniones divididas respecto a si no se visualizan como empleados (41% de respuestas favorables y 42% de respuestas neutras para AP8). Se presentan grandes dudas cuando se pregunta si se puede alcanzar una alta posición social al ser empresarios (75% de respuestas neutras para AP9). De este apartado se deduce que los estudiantes de Economía tienen interés en iniciar su propia empresa y las razones de mayor peso en su actitud positiva emprendedora son en su orden: ser su propio jefe y manejar su tiempo, lograr su autorrealización personal, superar un reto personal y la posibilidad de ganar más dinero que si fuera empleado.

7.1.3.5 Programa de Mercadeo

Gráfica 12. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Mercadeo



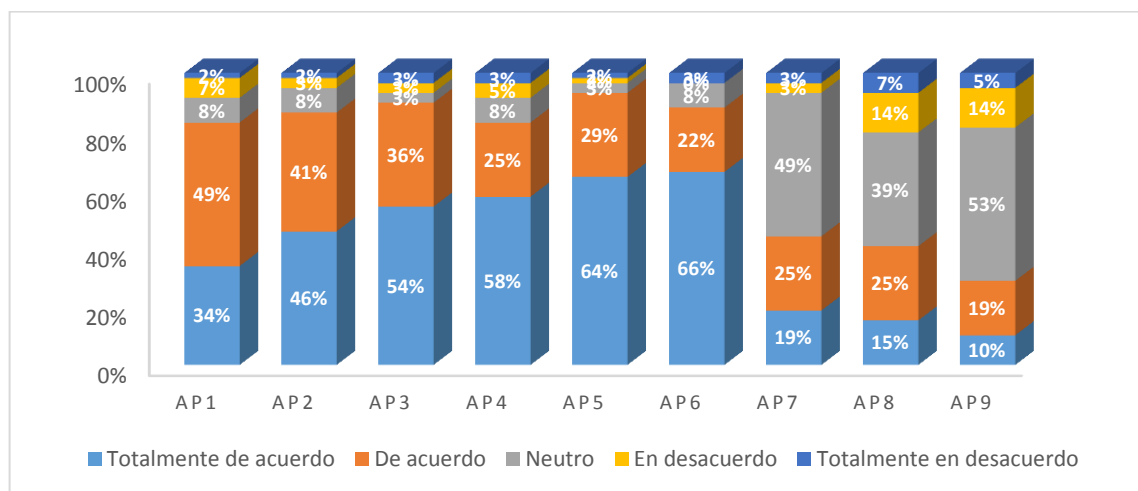
Fuente: Esta investigación.

La totalidad de los estudiantes de Mercadeo consideran empezar su propia empresa (100% de aceptación para AP1), de la misma forma esperan hacer lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (100% de respuestas positivas con AP2) y consideran el proceso emprendedor un reto personal (100% de respuestas favorables para AP3). Así mismo consideran el emprendimiento una actividad para generar más recursos a diferencia de ser empleado (100% de favorabilidad para AP4). El 100% de los encuestados consideran que emprender les permitirá alcanzar independencia laboral (AP5), y es un propósito de autorrealización (100% de respuestas afirmativas para AP6). Se percibe como difícil conseguir un empleo en la actualidad (76% de respuestas neutras para AP7) y el 88% de los estudiantes de mercadeo no se visualizan como empleados (AP8). Finalmente se concluye que es un incentivo para emprender obtener una posición social alta (76% de respuestas afirmativas para AP9). En resumen, los estudiantes del

Programa de Mercadeo tienen interés en alto grado en iniciar su propia empresa y las razones que más los influncian en su actitud positiva emprendedora son: superar un reto personal, posibilidad de ganar más dinero, ser su propio jefe, lograr la autorrealización y la alta posición que ocupan quienes son empresarios.

7.1.3.6 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Gráfica 13. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.



Fuente: Esta investigación

Los estudiantes de la FACEA tienen interés de empezar su propia empresa (83% de aceptación para AP1), de la misma forma esperan hacer lo posible por iniciar y dirigir su propia organización o negocio (87% de respuestas positivas para AP2) y admiten el reto personal de la creación de empresa (90% de respuestas afirmativas para AP3).

Además, consideran el emprendimiento un medio de generar recursos mayores a ser empleado (83% de respuestas positivas para AP4). El 93% de los encuestados manifiestan que emprender es sinónimo de independencia laboral (AP5), y creen que tener una empresa sería una meta de autorrealización (88% de respuestas afirmativas para AP6) pero tienen dudas en relación a la dificultad que se presenta para conseguir empleo (49% de respuestas neutras para AP7). Por otra parte, existen opiniones divididas cuando se cuestiona si se visualizan como empleados (40% de respuestas afirmativas y 39% de respuestas neutras para AP8).

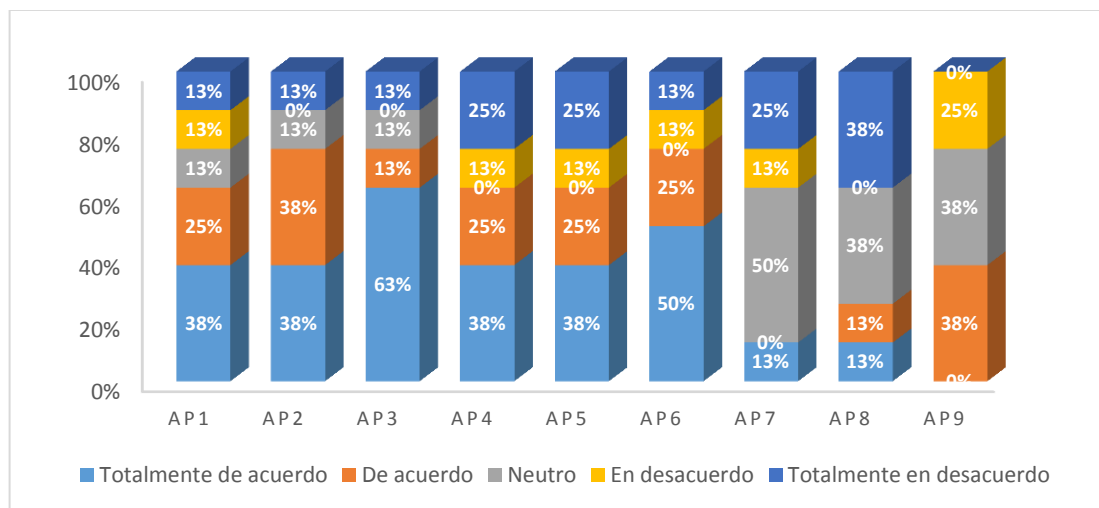
Finalmente, el 53% de los estudiantes de la FACEA tienen dudas en lo referente a convertirse en empresario para poder alcanzar una posición alta en la sociedad (AP9).

Entonces se puede concluir en este apartado que las principales razones que inciden positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes de la FACEA son en orden de importancia: ser su propio jefe, manejar su tiempo y alcanzar independencia laboral, superar un reto personal, lograr la autorrealización personal y ganar más dinero que si fuera empleado.

7.1.4 Facultad de Ciencias de la Salud

7.1.4.1 Programa de Medicina

Gráfica 14. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Medicina



Fuente: Esta investigación

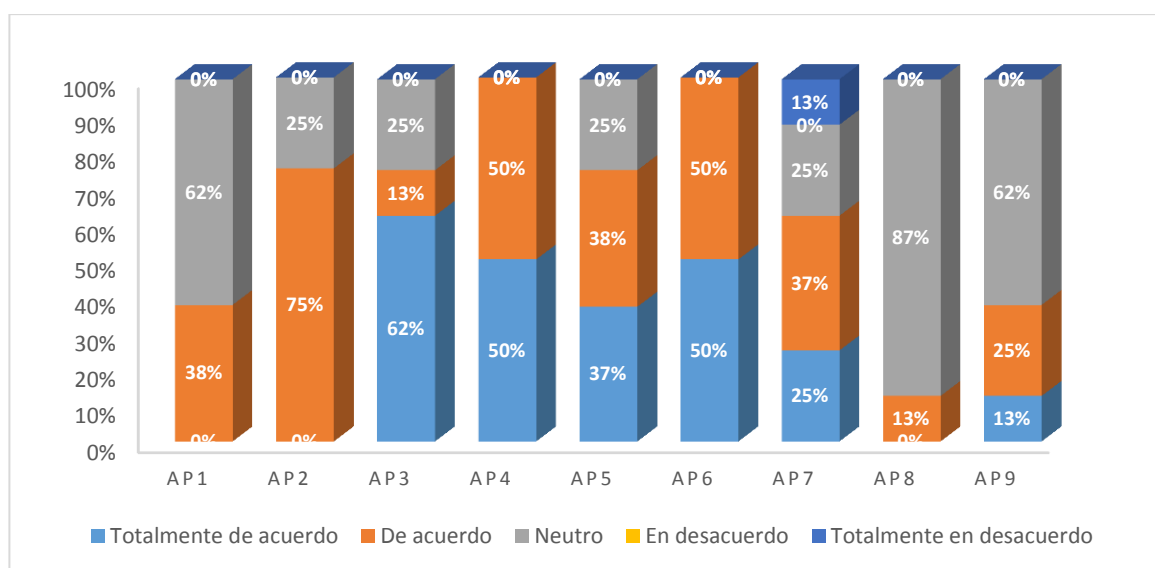
Los estudiantes de medicina en su gran parte han considerado iniciar su propia empresa (63% de aceptación para AP1), así mismo esperan hacer todo lo posible por iniciar y dirigir su propia empresa (76% de respuestas positivas con AP2). También supone la creación de empresa un reto personal (76% de respuestas favorables con AP3) y una forma de ganar más dinero en vez de ser empleado (63% de favorabilidad para AP4). El 63% de los encuestados consideran que crear su propia empresa les permitirá ser más independientes (AP5), también permitirá alcanzar una meta de autorrealización (75% de respuestas positivas para AP6) pero sienten incertidumbre respecto a que tan fácil es conseguir empleo (50% de respuestas neutras para AP7) o a si se visualizan como empleados (38% de respuestas neutras y 38% de respuestas en totalmente en desacuerdo para AP8). Finalmente, al parecer no es un hecho motivador muy fuerte el alcanzar una alta posición social al ser empresarios (38% de respuestas de acuerdo y 38% de respuestas neutras para AP9).

De este apartado se deduce que los estudiantes de medicina tienen interés en iniciar su propia empresa y las razones de mayor peso en su actitud positiva emprendedora son en su orden: un reto personal que tienen, meta de autorrealización y les permitirá ganar más dinero y ser independientes.

7.1.5 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

7.1.5.1 Programa de Biología

Gráfica 15. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Biología



Fuente: Esta investigación.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes al Programa de Biología mantienen una posición neutra frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (62% de respuestas son neutras y 38% positivas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (75% de respuestas son positivas), aunque el hecho de iniciar una empresa en el momento no la acogen, pero tampoco lo descartan AP1, se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa. De acuerdo a la información presentada en el gráfico anterior, los estudiantes de Biología ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (62% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica. Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (100% de respuestas positivas), existe una posición generalizada, que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender.

En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (75% de respuestas positivas) se considera una razón válida y de importancia alta para asumir una actitud favorable hacia emprender, debido a que a diferencia del empleado, el empresario puede tener mayor flexibilidad horaria, esfuerzos extras direccionados a su propia empresa, estabilidad laboral, entre otras ventajas, sin dejar a un lado que también implica mayor compromiso y responsabilidades que como empleado no se asumen. En cuanto a la autorrealización, en el AP6 (100% de respuestas positivas) el total de los encuestados consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a su autorrealización y satisfacción personal, es un factor transformador en sus vidas.

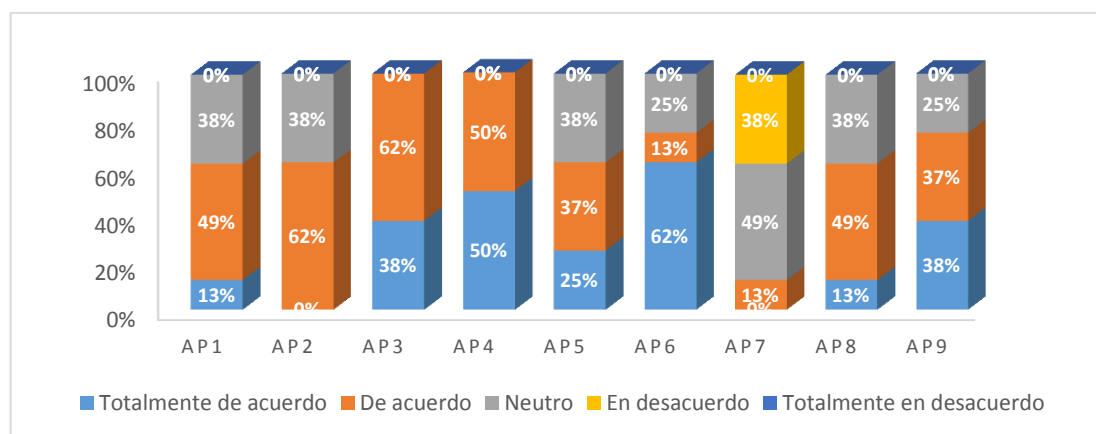
Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo y teniendo en cuenta que en la situación actual es complicado poder conseguir uno, en el AP7 (62% de respuestas positivas) consideran que emprenderían como una alternativa a ese factor de difícil acceso a la empleabilidad. En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (87% de respuestas mantienen una posición neutra) mantienen neutralidad, al igual que a iniciar una empresa (AP1), sin embargo, pareciera ser que a futuro no descartan la posibilidad de ser empleados, auto-empleados o empresarios. Finalmente, los estudiantes de Biología, dentro de si la decisión de emprender está motivada por alcanzar un alto estatus social, en el AP9 (62% de respuestas mantienen una posición neutra y 38% positiva) la gran mayoría no toman partido y predomina una actitud neutra, aunque también es considerado por un porcentaje significativo el estatus como motivante para emprender, este no es determinante al momento de hacerlo.

En síntesis, los estudiantes de Biología consideran como razones de importancia que los conducirían a desarrollar un emprendimiento empresarial en su orden de importancia están: AP4 Ganar más dinero que si fuera empleado y AP6 lograr mi autorrealización y satisfacción personal, que mantienen la misma relevancia, AP5 ser mi propio jefe, manejar mi tiempo y alcanzar la independencia, identificar y superar un reto personal, hacer todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa en el futuro, dificultad para conseguir empleo, pensar seriamente en iniciar una empresa y la alta posición social que ocupan quienes son empresarios.

Independientemente de cual sea el factor que lo motiva a emprender, en el programa de Biología existe interés en hacerlo, lo cual indica que el programa debe ser atendido con asignaturas que fomenten y potencien la cultura y espíritu emprendedor en el estudiante.

7.1.5.2 Programa de Química.

Gráfica 16. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Química



Fuente: Esta investigación.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes al Programa de Química mantienen una posición de estas de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (38% de respuestas son neutras y 49% positivas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (62% de respuestas son positivas), se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa. De acuerdo a la información presentada en el gráfico anterior, los estudiantes de Química ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (100% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica, hay total consenso frente a ello. Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (100% de respuestas positivas), existe una posición generalizada, que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender.

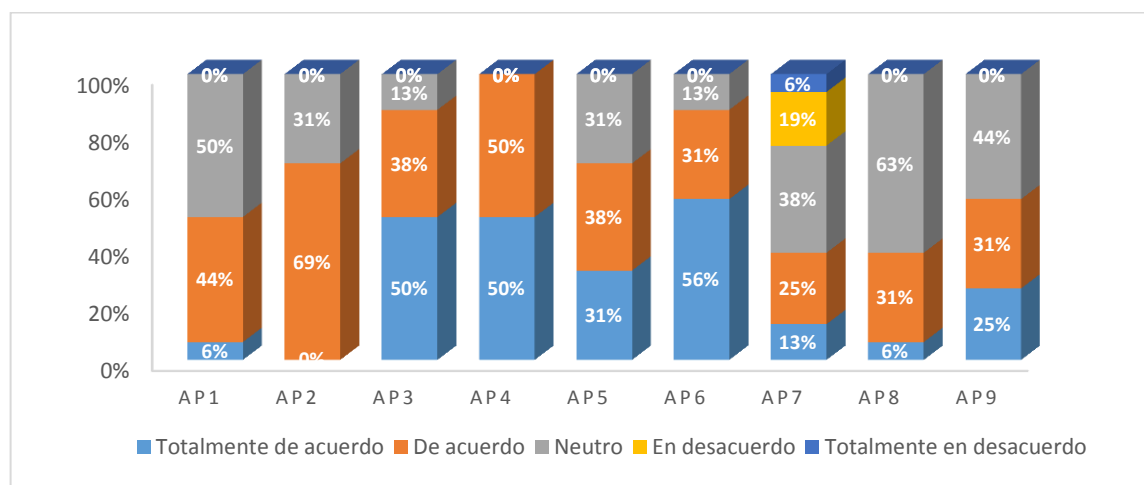
En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (75% de respuestas positivas) se considera una razón válida y de importancia alta para asumir una actitud favorable hacia emprender, debido a que a diferencia del empleado, el empresario puede tener mayor flexibilidad horaria, esfuerzos extras direccionados a su propia empresa, estabilidad laboral, entre otras ventajas, sin dejar a un lado que también implica mayor compromiso y responsabilidades que como empleado no se asumen. En cuanto a la autorrealización personal en el AP6 (75% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a su autorrealización y satisfacción personal y frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo y teniendo en cuenta que

en la situación actual es complicado poder conseguir uno, en el AP7 (49% de respuestas son neutras y 38% negativas) mantienen una posición neutra, aunque un porcentaje significativo no ve el emprendimiento como una consecuencia de la dificultad de conseguir un empleo .

En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (38% de respuestas son neutras y 62% positivas) no se ven como empleados, pareciera ser que a futuro no descartan la posibilidad de ser auto-empleados o empresarios. Finalmente, los estudiantes de Química, dentro de si la decisión de emprender está motivada por alcanzar un alto estatus social, en el AP9 (25% de respuestas son neutras y 75% positiva) predomina una actitud positiva frente a que el estatus es un motivante para emprender. En síntesis, los estudiantes de Química consideran casi el 100% de las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intensión emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra, tal vez debido al desconocimiento del tema, puesto que dentro de malla curricular del programa no abordan el emprendimiento. Independientemente de cual sea el factor que lo motiva a emprender, en el programa de Química existe interés en hacerlo, esto indica que el programa debe ser atendido con asignaturas que fomenten y potencien la cultura y espíritu emprendedor en el estudiante.

7.1.5.3 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

Gráfica 17. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales



Fuente: Esta investigación.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la mitad de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, la otra mitad mantiene una posición neutra frente a ello, AP1 (50% de

respuestas son positivas y 50% neutras). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (69% de respuestas son positivas, 31% neutras), se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa, aunque otros prefieren no opinar por el momento.

Los estudiantes de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (88% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica. Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (100% de las respuestas positivas), existe una posición totalitaria, que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender.

En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (69% de respuestas positivas) se considera una razón válida para asumir una actitud favorable hacia emprender.

En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (87% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (38% de respuestas son neutras y 38% positivas) aunque existe una postura de no pronunciarse frente al tema, si un número significativo valida lo planteado.

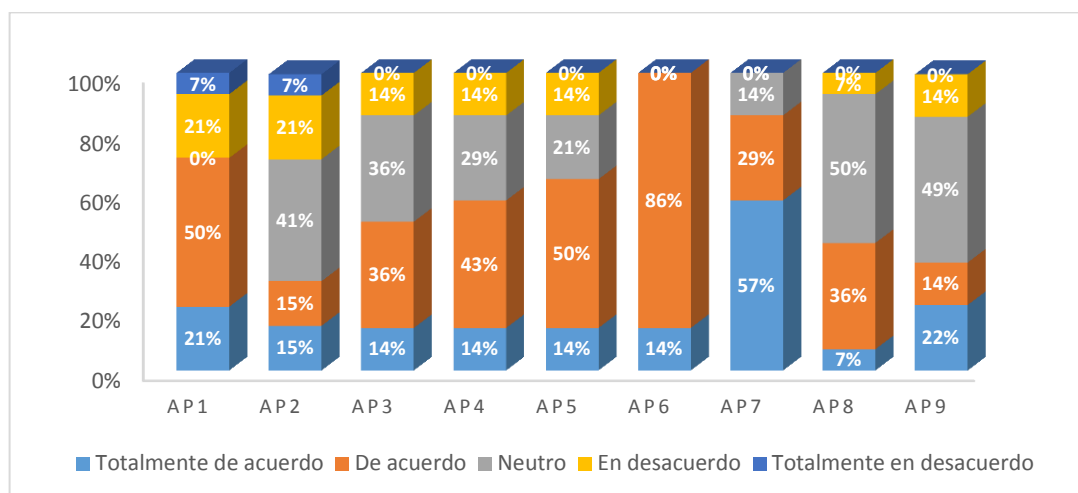
En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (63% de respuestas son neutras y 37% positiva) mantienen una posición neutral, tal vez aún no descartan la idea de ser empleado y de la siguiente AP9 (56% de respuestas son positivas y 44% neutras) consideran un factor relevante dentro del desarrollo de la persona, sin embargo, un número significativo mantiene una posición neutra.

En síntesis, los estudiantes de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales consideran las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra sin tomar partido sobre la postura.

7.1.6 Facultad de Ciencias Humanas

7.1.6.1 Programa de Psicología

Gráfica 18. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Psicología



Fuente: Esta investigación.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes al Programa de Psicología mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (72% de respuestas son positivas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (42% de respuestas son neutras, 30% positivas y 29% negativas), se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa, aunque otros mantienen neutralidad, es un poco contradictoria con la AP1. De acuerdo a la información presentada en el gráfico anterior, los estudiantes de Psicología ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (50% de las respuestas positivas y 36% neutras), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica, aunque algunos mantienen su posición neutral.

Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (57% de las respuestas positivas y 29% neutras), existe una posición significativa que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (75% de respuestas positivas) se considera una razón válida y de importancia alta para asumir una actitud favorable hacia emprender. En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (100% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla.

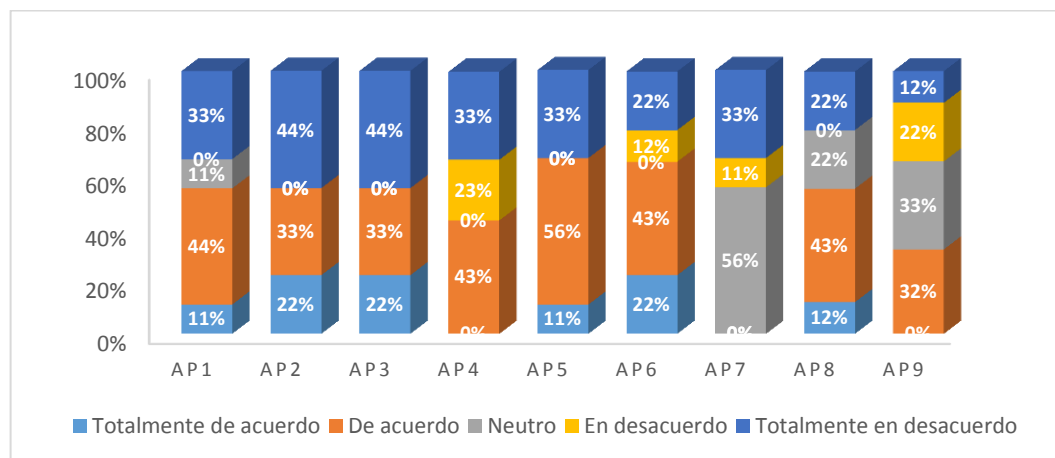
Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (86% de respuestas son positivas) ven una posibilidad en el emprendimiento, siendo una variable fuerte como determinante en la intención emprendedora.

En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (50% de respuestas son neutras y 36% positivas) muchos no se ven como empleados, otros por su parte mantienen una postura neutral, tal vez esperan a que se vayan generando las circunstancias y finalmente los estudiantes de Psicología, dentro de si la decisión de emprender está motivada por alcanzar un alto estatus social, en el AP9 (50% de respuestas son neutras y 36% positiva) tal vez no es considerado como factor relevante dentro del desarrollo de la persona, esto puede estar influenciado por su formación profesional. En síntesis, los estudiantes de Psicología consideran casi el 100% de las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra, tal vez debido a que la profesión si tiene mayores posibilidades de ejercerla en diferentes campos.

7.1.7 Facultad de Ciencias Pecuarias

7.1.7.1 Programa de Ingeniería en Producción Acuícola

Gráfica 19. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola



Fuente: Esta investigación.

En los resultados expuestos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes al Programa de Ingeniería en Producción Acuícola mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, sin embargo, un grupo significativo no lo ven de la misma forma y su

opción es negativa frente al tema, AP1 (56% de respuestas son positivas y 33% negativas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (56% de respuestas son positivas y 44% negativas), existe coherencia en relación con la pregunta anterior, si bien es cierto que la mayoría quiere iniciar su empresa otro grupo mantiene su posición de no hacerlo. En la variable AP3 y AP1 (56% de respuestas son positivas y 44% negativas), esto quiere decir que los estudiantes de Ingeniería en Producción Acuícola ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal, aunque un grupo bastante significativo no lo percibe así. Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (44% de las respuestas positivas y 56% negativas) no ven a la empresa como una posibilidad de ganar dinero, tal vez, la profesión tiene una gran demanda en el mercado laboral y por ello la alternativa de crear empresa no la ven como esa fuerte en vida profesional. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo, AP5 (67% de respuestas positivas y 33% negativas) se considera una razón válida y de importancia alta para asumir una actitud favorable hacia emprender, aunque la respuesta muestra cierto grado de incoherencia frente a la AP4.

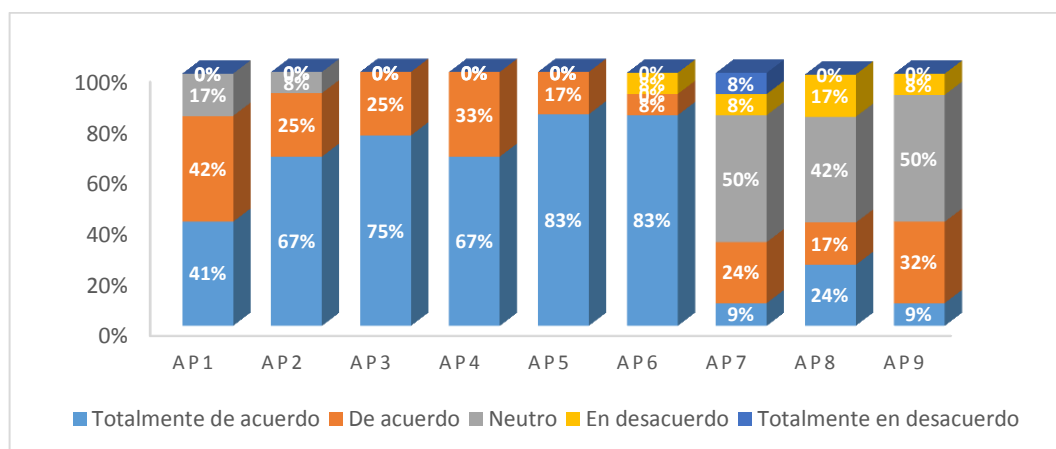
En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (66% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (56% de respuestas son neutras y 44% negativas) aunque la gran mayoría mantiene una postura neutral, tal vez porque aún no se ven enfrentados al mercado laboral, otro grupo significativo no ve que haya problemas de desempleo frente a su profesión y por ello tengan que ver el emprendimiento como una alternativa de solución.

En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (56% de respuestas positivas, 22% neutras y 22% negativas) muchos no se ven como empleados, otros por su parte mantienen una postura neutral, aún no deciden cual será a futuro su rol profesional, y la tendencia teniendo en cuenta las demás variables es que un porcentaje de los encuestados si están convencidos de ser empleados y de no querer emprender. Y finalmente los estudiantes de Ingeniería en Producción Acuícola, dentro de si la decisión de emprender está motivada por alcanzar un alto estatus social, en el AP9 (33% de respuestas son neutras, 33% positiva y 34% negativas) se encuentra dividida la postura frente al tema.

Para concluir se puede decir que los estudiantes de Ingeniería en Producción Acuícola consideran mantienen una posición dividida entre emprender y ser empleado y quizá las variables analizadas son vistas como factores que inciden en el momento de emprender para algunos y para otros no las ven así, esto puede darse debido a que perciben el mercado laboral como seguro y bien remunerado frente a su profesión.

7.1.7.2 Programa de Medicina Veterinaria

Gráfica 20. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria



Fuente: Esta investigación

De la gráfica anterior, se evidencia que los estudiantes pertenecientes al Programa de Medicina Veterinaria mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa AP1 (83% de respuestas son positivas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (92% de respuestas son positivas) existe coherencia en relación con la pregunta anterior.

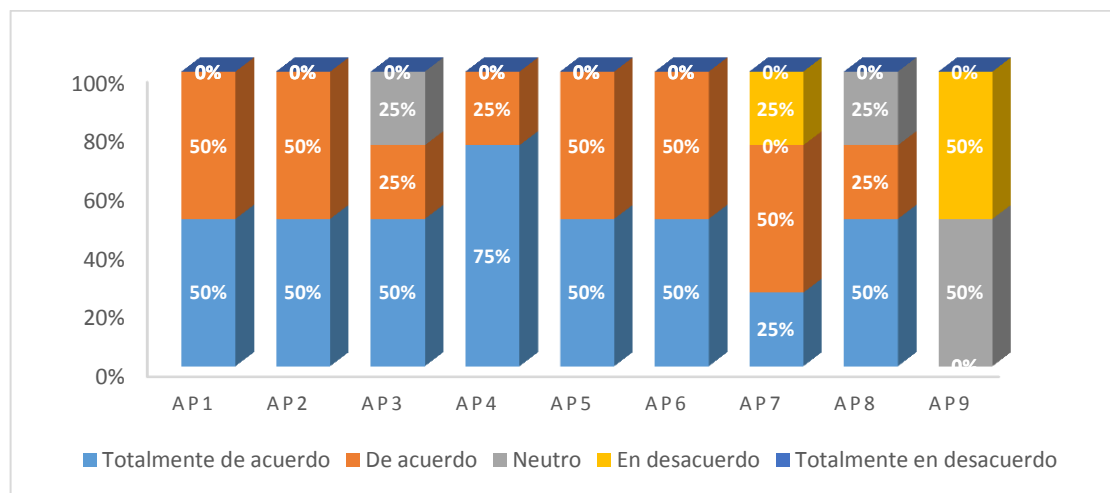
En la variables AP3 y AP1 (100% de respuestas son positivas), esto quiere decir que los estudiantes de Medicina Veterinaria ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal. Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (100% de las respuestas positivas) ven a la empresa como una posibilidad de ganar dinero.

En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo, AP5 (100% de respuestas son positivas) se considera una razón válida y de importancia alta para asumir una actitud favorable hacia emprender. En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (92% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (50% de respuestas son neutras y 34% positivas) algunos mantienen una postura neutral, tal vez porque aún no se ven enfrentados al mercado laboral, otro grupo significativo ve que haya problemas de desempleo frente a su profesión y por ello tengan que ver el emprendimiento como una alternativa se solución.

En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (42% de respuestas son neutras y 41% positivas) muchos por su parte mantienen una postura neutral, aún no deciden cual será a futuro su rol profesional, y la tendencia teniendo en cuenta las demás variables es que un porcentaje de los encuestados si están convencidos de no ser empleados y tal vez querer emprender. Y finalmente los estudiantes de Medicina Veterinaria, dentro de si la decisión de emprender está motivada por alcanzar un alto estatus social, en el AP9 (50% de respuestas son neutras y 42% positivas) se encuentra dividida la postura frente al tema, entre los que no quieren tomar partido y entre los que sí están convencidos que buscarán estatus a través de crear empresa. Para concluir se puede decir que los estudiantes de Medicina Veterinaria mantienen una posición positiva frente emprender y negativa con respecto a ser empleado, por ello las variables analizadas son vistas como factores que inciden en el momento de emprender.

7.1.7.3 Programa de Zootecnia

Gráfica 21. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Zootecnia



Fuente: Esta investigación

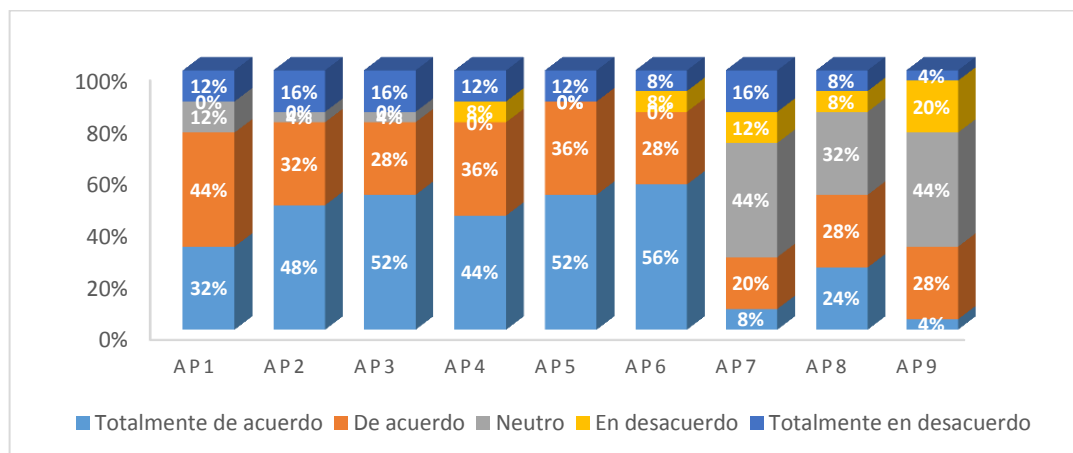
De la gráfica anterior, se evidencia que los estudiantes pertenecientes al Programa de Zootecnia mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa AP1 (100% de respuestas son positivas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (100% de respuestas son positivas) existe coherencia en relación con la pregunta anterior. En las variables AP3 y AP1 (75% de respuestas son positivas y 25% neutras), esto quiere decir que los estudiantes de Zootecnia ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal. Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (100% de las respuestas positivas) ven a la

empresa como una posibilidad de ganar dinero. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo, AP5 (100% de respuestas son positivas) se considera una razón válida y de importancia alta para asumir una actitud favorable hacia emprender. En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (100% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla.

Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (75% de respuestas son positivas y 25% negativas) algunos mantienen una postura de no estar de acuerdo frente a la dificultad de conseguir empleo, sin embargo, la gran mayoría, si coincide la que la dificultad existe y por ello tengan que ver el emprendimiento como una alternativa se solución. En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (75% de respuestas positivas y 25% neutras) muchos por su parte mantienen una postura de no verse como empleados, otros prefieren mejor no manifestarse ni a favor o en contra, y finalmente los estudiantes de Zootecnia, dentro de si la decisión de emprender está motivada por alcanzar un alto estatus social, en el AP9 (50% de respuestas son neutras y 50% positivas) se encuentra dividida la postura frente al tema, entre los que no quieren tomar partido y entre los que sí están convencidos que buscarán estatus a través de crear empresa. Para concluir se puede decir que los estudiantes de Zootecnia mantienen una posición positiva frente emprender y negativa con respecto a ser empleado, por ello las variables analizadas son vistas como factores que inciden en el momento de emprender.

7.1.7.4 Facultad de Ciencias Pecuarias

Gráfica 22. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias



Fuente: Esta investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Pecuarias mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (76% de respuestas son positivas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (80% de respuestas son positivas), se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa.

Los estudiantes de la Facultad de Ciencias Pecuarias ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (80% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica. Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (80% de las respuestas positivas), existe una posición totalitaria, que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender.

En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (86% de respuestas positivas) se considera una razón válida para asumir una actitud favorable hacia emprender.

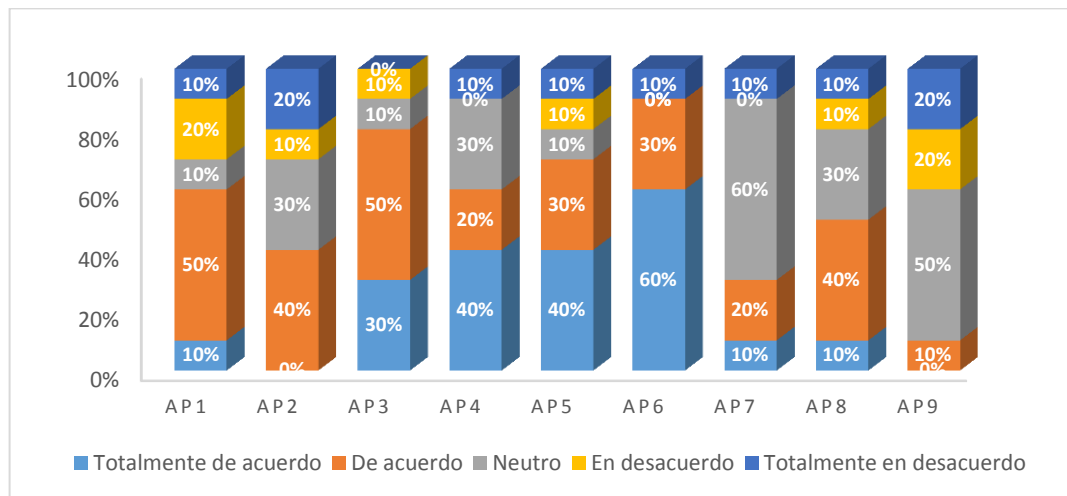
En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (84% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (44% de respuestas son neutras y 28% positivas) aunque existe una postura de no pronunciarse frente al tema, si un número significativo valida lo planteado. En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (32% de respuestas son neutras y 57% positiva) algunos mantienen una posición neutral, tal vez aún no descartan la idea de ser empleado, pero la mayoría tiene la intención de emprender y de la siguiente AP9 (32% de respuestas son positivas y 44% neutras) consideran un factor relevante dentro del desarrollo de la persona, sin embargo, la mayoría mantiene una posición neutra.

En síntesis, los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias consideran las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra sin tomar partido sobre la postura.

7.1.8 Facultad de Ingeniería

7.1.8.1 Programa de Ingeniería Electrónica

Gráfica 23. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica



Fuente: Esta investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes al Programa de Ingeniería Electrónica mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (60% de respuestas son positivas y 30% negativas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (40% de respuestas son positivas, 30% neutras, 30% negativas), se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa, aunque otros prefieren no opinar por el momento.

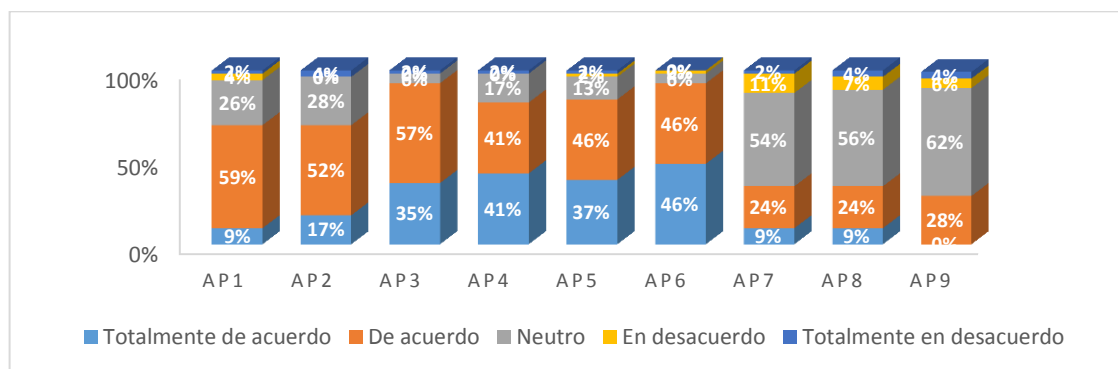
Los estudiantes de Ingeniería Electrónica ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (80% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica.

Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (60% de las respuestas positivas y 30% neutras), existe una posición significativa que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (70% de respuestas positivas) se considera una razón válida para asumir una actitud favorable hacia emprender.

En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (90% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (60% de respuestas son neutras y 30% positivas) la mayoría prefiere no opinar del tema, otros por su parte ven una posibilidad en el emprendimiento. En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (50% de respuestas son positivas y 30% neutras) muchos se ven como empleados, otros por su parte mantienen una postura neutral; dentro de si la decisión de emprender está motivada por alcanzar un alto estatus social, en el AP9 (50% de respuestas son neutras y 40% negativas) la gran mayoría no opina del tema, pero otros no consideran un factor relevante dentro del desarrollo de la persona. En síntesis, los estudiantes de Ingeniería Electrónica consideran casi el 100% de las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intensión emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra si querer tomar partido sobre la postura.

7.1.8.2 Programa de Ingeniería Civil

Gráfica 24. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil



Fuente: Esta investigación

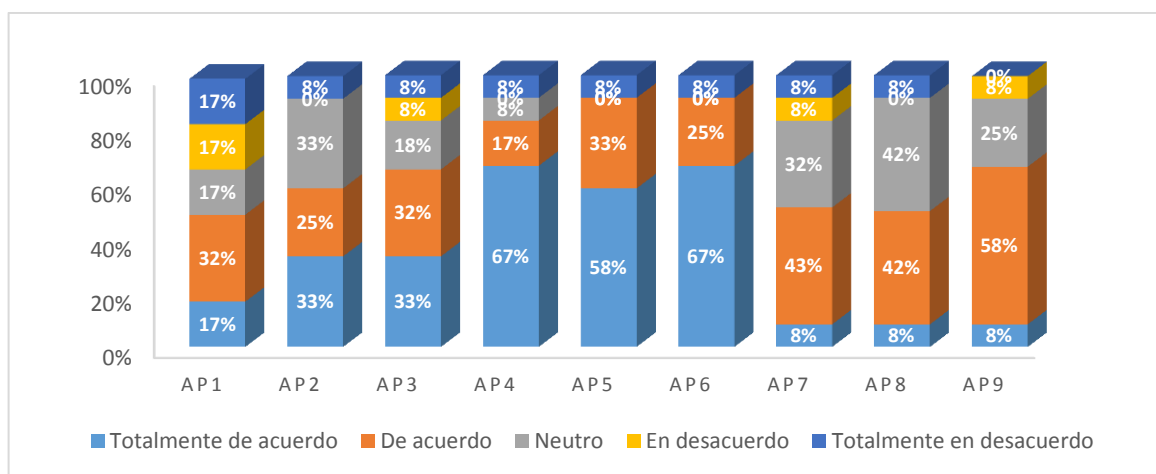
De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes al Programa de Ingeniería Civil mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (68% de respuestas son positivas y 26% neutras). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (69% de respuestas son positivas, 28% neutras), se evidencia que a futuro si tienen la intensión de tener su propia empresa, aunque otros prefieren no opinar por el momento. Los estudiantes de Ingeniería Civil ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (92% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica.

Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (82% de las respuestas positivas y 17% neutras), existe una posición significativa que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (83% de respuestas positivas) se considera una razón válida para asumir una actitud favorable hacia emprender.

En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (92% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (54% de respuestas son neutras y 33% positivas) la mayoría prefiere no opinar del tema, otros por su parte ven una posibilidad en el emprendimiento. En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (56% de respuestas son neutras y 33% positiva) mantienen la misma posición de la variable anterior y de la siguiente AP9 (62% de respuestas son neutras y 28% positivas) la gran mayoría no opina del tema, pero otros consideran un factor relevante dentro del desarrollo de la persona. En síntesis, los estudiantes de Ingeniería Civil consideran casi el 100% de las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra sin tomar partido sobre la postura.

7.1.8.3 Programa de Ingeniería de Sistemas

Gráfica 25. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas



Fuente: Esta investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes al Programa de Ingeniería de Sistemas mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (49% de respuestas son positivas, 34% negativas y 17% neutras).

En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (58% de respuestas son positivas, 34% neutras), se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa, aunque otros prefieren no opinar por el momento. Los estudiantes de Ingeniería de Sistemas ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (66% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica.

Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (84% de las respuestas positivas), existe una posición significativa que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (91% de respuestas positivas) se considera una razón válida para asumir una actitud favorable hacia emprender.

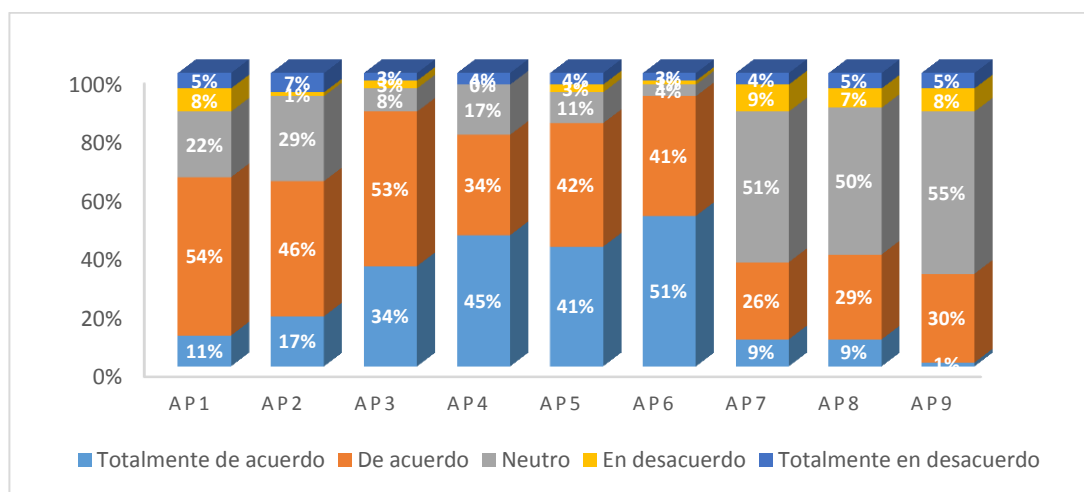
En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (92% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (33% de respuestas son neutras y 61% positivas) la mayoría prefiere está de acuerdo y ven una posibilidad en el emprendimiento.

En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (42% de respuestas son neutras y 50% positiva) mantienen la misma posición de la variable anterior y de la siguiente AP9 (67% de respuestas son positivas y 25% neutras) consideran un factor relevante dentro del desarrollo de la persona.

En síntesis, los estudiantes de Ingeniería de Sistemas consideran casi el 100% de las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra sin tomar partido sobre la postura.

7.1.8.4 Facultad de Ingeniería

Gráfica 26. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería



Fuente: Esta investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ingeniería mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (56% de respuestas son positivas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (63% de respuestas son positivas), se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa. Los estudiantes de la Facultad de Ingeniería ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (87% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica. Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (79% de las respuestas positivas), existe una posición totalitaria, que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (83% de respuestas positivas) se considera una razón válida para asumir una actitud favorable hacia emprender.

En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (84% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (51% de respuestas son neutras y 35% positivas) aunque existe una postura de no pronunciarse frente al tema, si un número significativo valida lo planteado.

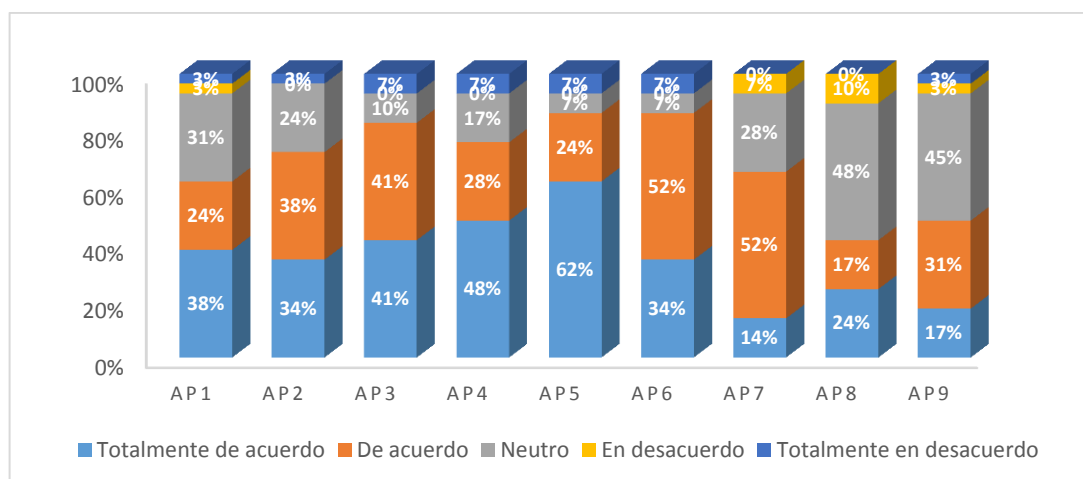
En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (50% de respuestas son neutras y 38% positiva) la mayoría mantienen una posición neutral, tal vez aún no descartan la idea de ser empleado, otros si están de acuerdo con emprender y de la siguiente AP9 (31% de respuestas son positivas y 55% neutras) prefieren no opinar la mayoría, estas tres últimas variables se mantienen en neutralidad frente a la opinión.

En síntesis, los estudiantes de la Facultad de Ingeniería consideran las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intensión emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra sin tomar partido sobre la postura.

7.1.9 Facultad Ingeniería Agroindustrial

7.1.9.1 Programa de Ingeniería Agroindustrial

Gráfica 27. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial



Fuente: Esta investigación

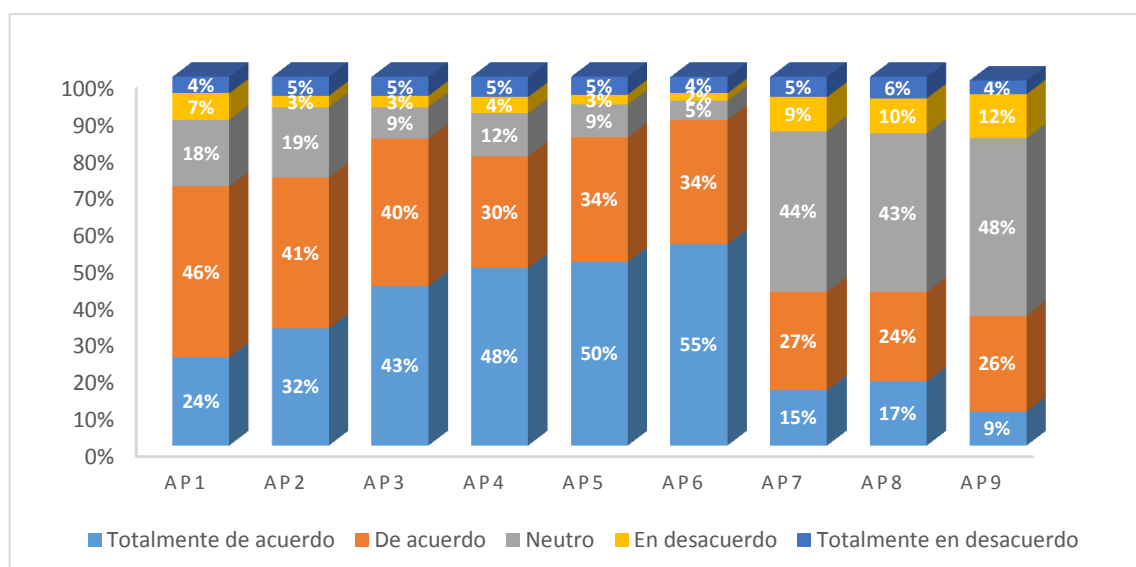
De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes al Programa de Ingeniería Agroindustrial mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (62% de respuestas son positivas y 31% neutras). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (72% de respuestas son positivas, 44% neutras), se evidencia que a futuro si tienen la intensión de tener su propia empresa, aunque otros prefieren no opinar por el momento. Los estudiantes de Ingeniería Agroindustrial ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (82% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica.

Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (76% de las respuestas positivas), existe una posición significativa que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (86% de respuestas positivas) se considera una razón válida para asumir una actitud favorable hacia emprender.

En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (86% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (28% de respuestas son neutras y 66% positivas) la mayoría prefiere está de acuerdo y ven una posibilidad en el emprendimiento. En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (48% de respuestas son neutras y 41% positiva) mantienen la misma posición de la variable anterior y de la siguiente AP9 (48% de respuestas son positivas y 45% neutras) consideran un factor relevante dentro del desarrollo de la persona, sin embargo, la mayoría mantiene una posición neutra. En síntesis, los estudiantes de Ingeniería Agroindustrial consideran casi el 100% de las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra sin tomar partido sobre la postura.

7.1.10 Universidad de Nariño

Gráfica 28. Actitudes positivas para emprender de los estudiantes de la Universidad de Nariño



Fuente: Esta investigación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica anterior, la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes de la Universidad de Nariño mantienen una posición de estar de acuerdo frente a la idea de iniciar una empresa, AP1 (70% de respuestas son positivas). En lo que respecta a iniciar y dirigir su propia empresa a futuro, AP2 (73% de respuestas son positivas), se evidencia que a futuro si tienen la intención de tener su propia empresa.

Los estudiantes de La Universidad de Nariño ven el emprendimiento como la forma de identificar y superar un reto personal AP3 (73% de las respuestas positivas), esto evidencia que el emprendimiento empresarial para muchos es un reto personal y no sólo una alternativa económica.

Respecto a las ventajas económicas que puede ocasionar ser dueño de su propia empresa y ganar más dinero que como empleado AP4 (78% de las respuestas positivas), existe una posición significativa que puede convertirse en un momento dado en una razón muy importante para emprender. En lo que concierne a ser su propio jefe y manejar su tiempo personal, AP5 (84% de respuestas positivas) se considera una razón válida para asumir una actitud favorable hacia emprender.

En cuanto a lograr su autorrealización y satisfacción personal AP6 (89% de respuestas positivas), consideran que iniciar un emprendimiento ayuda a conseguirla. Frente a la incidencia de emprender debido a que existe una dificultad para conseguir empleo en el AP7 (44% de respuestas son neutras y 42% positivas) la mayoría prefiere no opinar frente al tema, sin embargo, otro grupo significativo está de acuerdo y ven una posibilidad en el emprendimiento.

En lo concerniente a si el estudiante se visualiza como empleado, en el AP8 (44% de respuestas son neutras y 41% positiva) mantienen la misma posición de la variable anterior y de la siguiente AP9 (48% de respuestas son neutras y 35% positivas) consideran un factor relevante dentro del desarrollo de la persona, sin embargo, la mayoría mantiene una posición neutra.

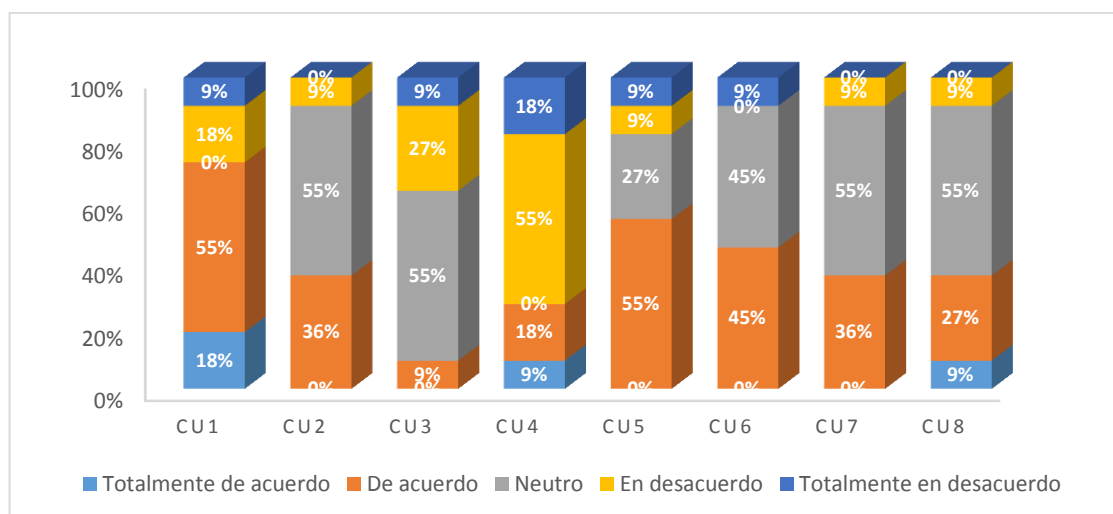
En síntesis, los estudiantes de La Universidad de Nariño consideran casi el 100% de las variables como importantes y decisorias al momento de tener una intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutra sin tomar partido sobre los planteamientos de las variables.

7.2 CREENCIAS NORMATIVAS DEL ENTORNO CERCANO AL ESTUDIANTE QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR.

7.2.1 Facultad de Ciencias Agrícolas

7.2.1.1 Programa de Ingeniería Agroforestal

Gráfica 29. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal



Fuente: Esta investigación

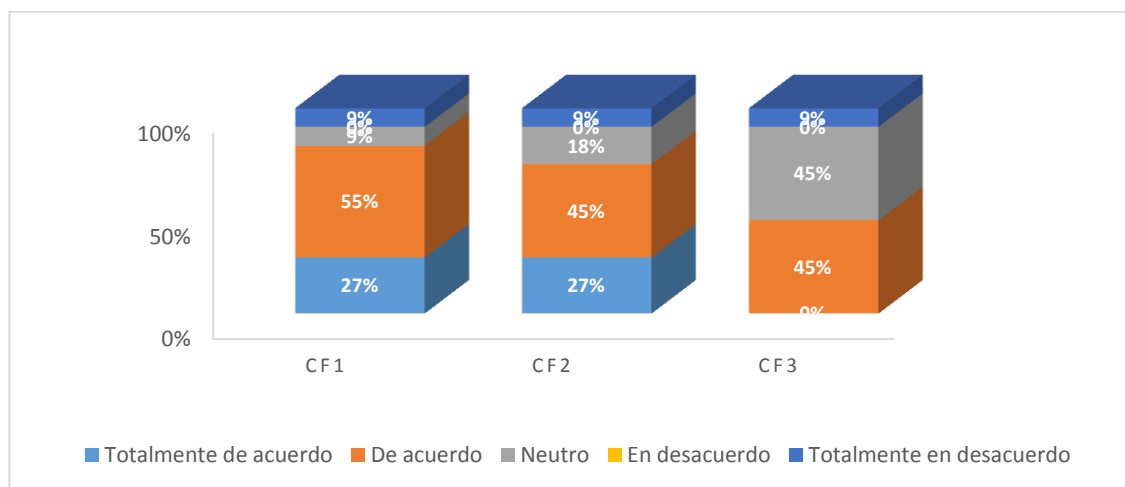
Un gran porcentaje de los encuestados afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera (73% de respuestas positivas para CU1), pero únicamente el 36% de los estudiantes de Ingeniería Agroforestal cursaron al menos un espacio electivo de emprendimiento (CU2) y solamente unos pocos han optado por aprender emprendimiento por su cuenta (9% de respuestas positivas para CU3). En contraste con lo anterior únicamente el 27% de los encuestados afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento (CU4).

El 55% de los estudiantes de Ingeniería Agroforestal perciben que la universidad no genera un ambiente propicio para emprender (CU5) y el 43% consideran que no son suficientes los esfuerzos para involucrar a los estudiantes en actividades de emprendimiento (CU6).

Existen dudas respecto a si las asignaturas impartidas por la universidad ayudan a fomentar el espíritu emprendedor (55% de respuestas neutras para CU7) y si la formación recibida se orienta a formar buenos empleados más que buenos empresarios (55% de respuestas neutras para CU8).

En este factor se concluye que los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal perciben que la formación recibida en la universidad no se orienta al emprendimiento y por tanto las cátedras ni los espacios académicos cursados no tienen incidencia en su intención emprendedora. Se resalta que gran parte de los encuestados manifiestan haber cursado al menos una asignatura de emprendimiento en su formación profesional.

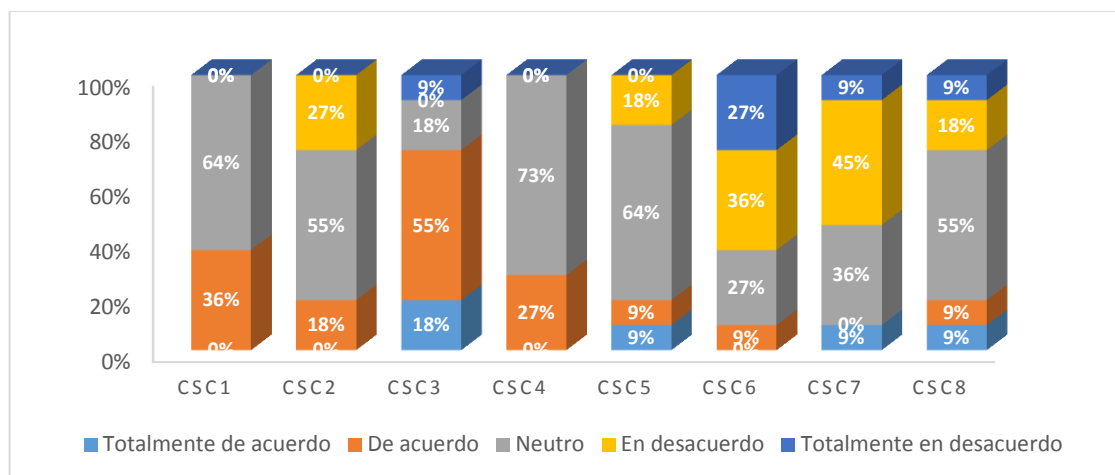
Gráfica 30. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal



Fuente: Esta investigación

Gran parte de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal afirman que sus padres los motivan a emprender (82% de respuestas favorables para CF1), en el mismo orden el 72% de los encuestados consideran que sus familiares también los motivan a ser empresarios (CF2) y en el 45% de los casos saben que sus parientes son dueños de sus propios negocios (CF3). Es decir, la familia es un agente que incide en alto grado en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal.

Gráfica 31. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal



Fuente: Esta investigación

Solamente el 36% de los encuestados consideran que a sus amigos les interesa emprender (CSC1), pero hay incertidumbre respecto a si alguno de sus amigos o conocidos es emprendedor activo (55% de respuestas neutras para CSC2). Hay un gran consenso (73% para CSC3) respecto a que es mejor ser dueño de su propia empresa a empleado, pero no se tiene certeza frente a si se admira a quienes dirigen sus propias empresas en la región (73% de respuestas neutras para CSC4).

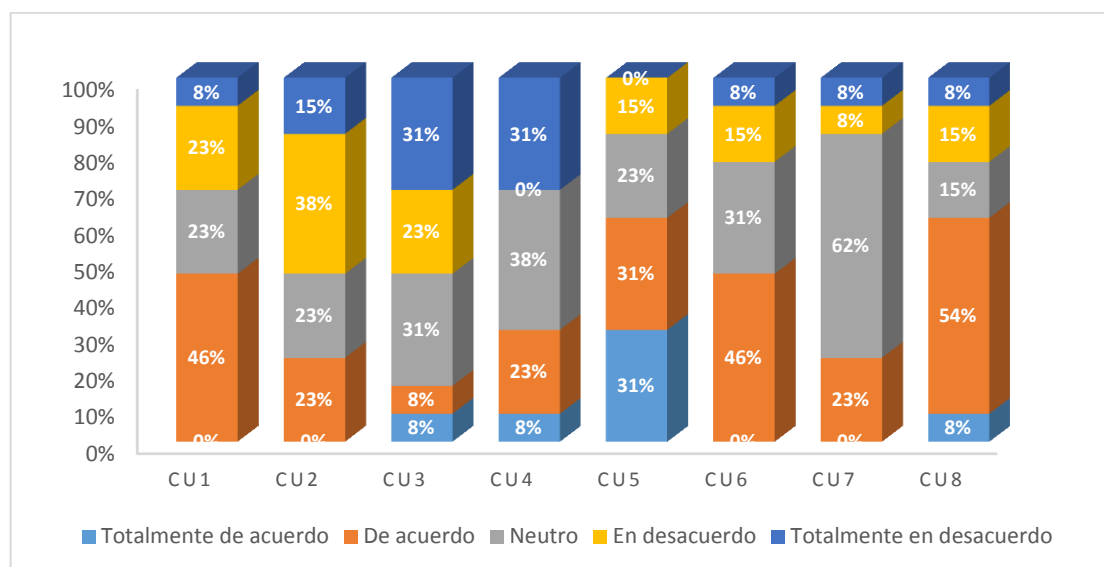
Existen dudas en cuanto a la afirmación de que ser empresario puede permitir generar un estatus social alto (64% de respuestas neutras para CSC5). Frente a si se considera que algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza no se está de acuerdo en la mayoría de los casos (63% de respuestas negativas para CSC6).

En un número limitado de los estudiantes de Ingeniería Agroforestal se manifiesta duda respecto a la confianza en sus capacidades emprendedoras (9% de respuestas favorables para CSC7) y de igual manera existe una alta incertidumbre sobre el tipo de empresa a crear (55% de respuestas neutras para CSC8).

De este apartado se deduce que los estudiantes de Ingeniería Agroforestal en su mayoría consideran que es mejor ser dueño de su propia empresa a ser empleado, aunque existen dudas en sus capacidades emprendedoras o en el tipo de empresa que puedan crear.

7.2.1.2 Programa de Ingeniería Agronómica

Gráfica 32. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica



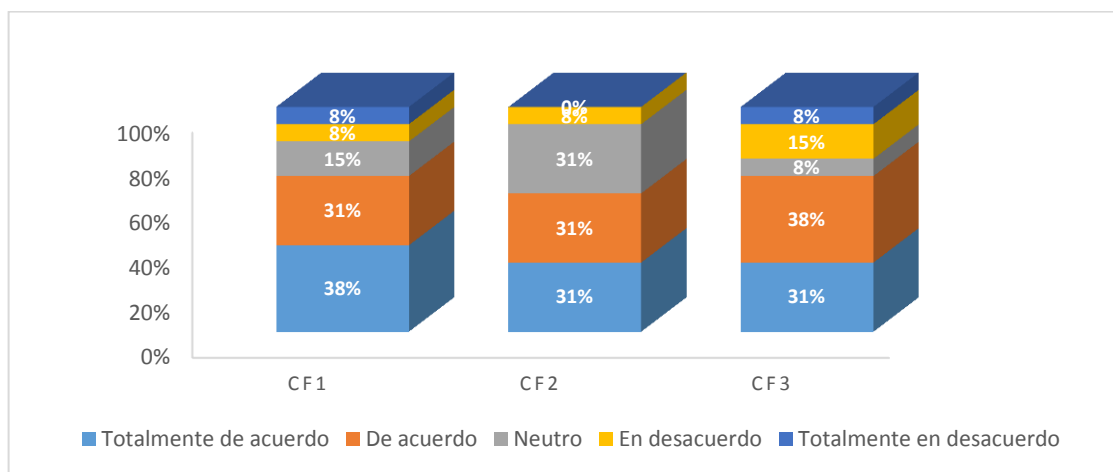
Fuente: Esta investigación

Casi la mitad de los encuestados (46% de respuestas positivas para CU1) manifiestan que han cursado por lo menos un espacio académico sobre emprendimiento a lo largo de su carrera, pero solamente el 23% de los estudiantes de Ingeniería Agronómica han tomado cursos electivos de emprendimiento (CU2). Consecuente a las preguntas anteriores únicamente el 16% de los encuestados manifiestan que están tomando cursos de emprendimiento de forma particular (CU3). También es muy bajo el porcentaje de los encuestados que manifiestan que no han asistido a cursos de emprendimiento hasta el momento (31% de respuestas positivas para CU4).

Frente a considerar si la Universidad genera un ambiente propicio para generar ideas de negocio el 61% de los estudiantes consideran que si existen avances (CU5) pero no existe total certeza si se involucra a los estudiantes en diferentes actividades relacionadas (46% de respuestas positivas y 31% de respuestas neutras para CU6). Los estudiantes también se muestran escépticos frente al papel que han desarrollado las materias de emprendimiento en su intención de crear empresa (62% de respuestas neutras para CU7). Finalmente, en este ítem el 62% de los estudiantes de Ingeniería Agronómica consideran que los conocimientos recibidos por la Universidad únicamente se orientan a formar buenos empleados (CU8).

En este apartado se concluye que al parecer la formación recibida en la Universidad no es percibida como determinante en la intención emprendedora de los estudiantes de Ingeniería Agronómica porque, aunque se percibe que, si existe un entorno favorable para generar ideas de negocio, las cátedras de emprendimiento ni la orientación profesional de su carrera se han preocupado por inculcar el espíritu emprendedor.

Gráfica 33. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica

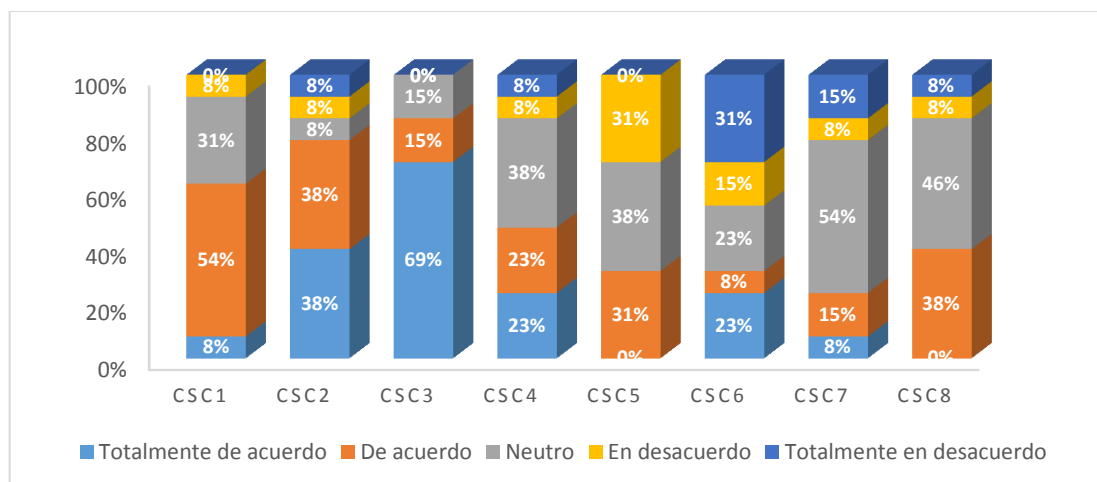


Fuente: Esta investigación

En este contexto se resalta que los padres de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica en un gran porcentaje motivan a sus hijos a ser emprendedores (69% de respuestas positivas para CF1), en igual sentido sus familiares más próximos tienen una gran influencia en la intención emprendedora (62% de respuestas positivas para CF2). También es posible evidenciar que los estudiantes de Ingeniería Agronómica observan que algunos familiares han iniciado su propio negocio (69% de respuestas favorables para CF3) lo que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir.

Se deduce entonces que el ambiente familiar tiene una incidencia positiva en alto grado en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica.

Gráfica 34. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica



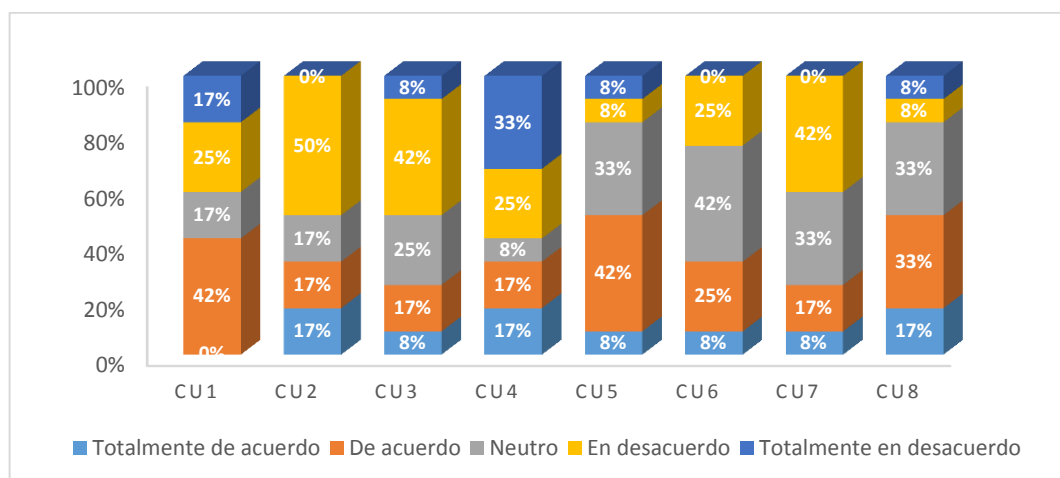
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes perciben que sus amigos tienen interés en emprender (62% de respuestas favorables para CSC1). También observan que en algunos casos sus amigos han logrado iniciar su propio negocio (72% de respuestas positivas para CSC2). La mayoría de encuestados consideran que es mejor ser empresario que empleado (84% de respuestas positivas para CSC3), aunque solamente el 46% admiren a los empresarios locales (CSC4). Existe un porcentaje importante de estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica que tienen dudas frente al hecho de obtener poder, respeto y estatus social al crear una empresa (38% de respuestas neutrales para CSC5).

El 31% de los estudiantes consideran algunas creencias religiosas podrían incidir negativamente en su intención emprendedora debido a que se promueve la idea de tener una vida austera, aunque existen algunas dudas (23% de respuestas neutrales para CSC6). Solamente el 23% de los encuestados tienen una baja confianza en las propias capacidades para emprender, pero existe incertidumbre en la gran mayoría (54% de respuestas neutrales para CSC7) y una situación parecida se muestra respecto a tener claro qué tipo de empresa podrían crear (46% de respuestas neutras y 38% de respuestas afirmativas para CSC8). Se deduce entonces que los amigos podrían incidir favorablemente en la intención emprendedora porque se convierten en un referente a imitar. También existe convencimiento en cuanto a que es mejor ser empresario que empleado, pero existen inquietudes frente a sus propias capacidades emprendedoras y el tipo de empresa a crear.

7.2.1.3 Programa Ingeniería Ambiental

Gráfica 35. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental

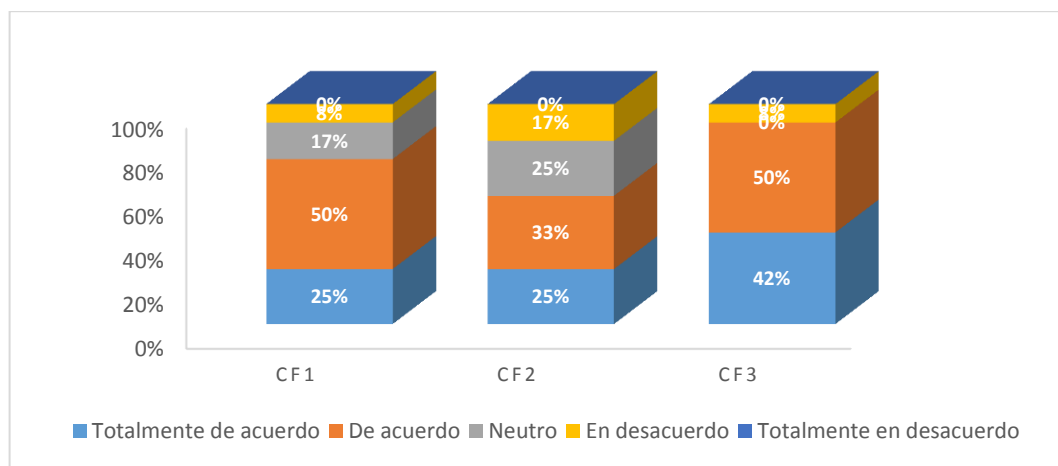


Fuente: Esta investigación.

Casi la mitad de los encuestados afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera (42% de respuestas afirmativas para CU1), pero un porcentaje más bajo manifiestan haber asistido por lo menos a un espacio electivo de emprendimiento (34% de respuestas favorables para CU2) y muy pocos han optado por aprender emprendimiento por su cuenta (25% de respuestas positivas para CU3) aunque se desconoce si lo hacen en entidades formales. Solamente el 34% de los encuestados afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento (CU4).

La mitad de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental perciben que la universidad los inspira para desarrollar nuevas ideas de negocio (50% de respuestas positivas para CU5) pero un gran porcentaje tienen dudas frente a los esfuerzos que hace la universidad para motivar a los estudiantes a participar en actividades de emprendimiento (42% de respuestas neutras para CU6). También se percibe que las materias de emprendimiento de la universidad no ayudan a fomentar el espíritu emprendedor (42% de respuestas negativas para CU7) y que la formación recibida se orienta a formar buenos profesionales, pero no buenos empresarios (50% de favorabilidad para CU8). En este factor se concluye que los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental consideran que la formación recibida en la universidad para este programa en particular no se orienta al emprendimiento y por tanto las cátedras ni los espacios académicos generados no tienen incidencia positiva en su intención emprendedora.

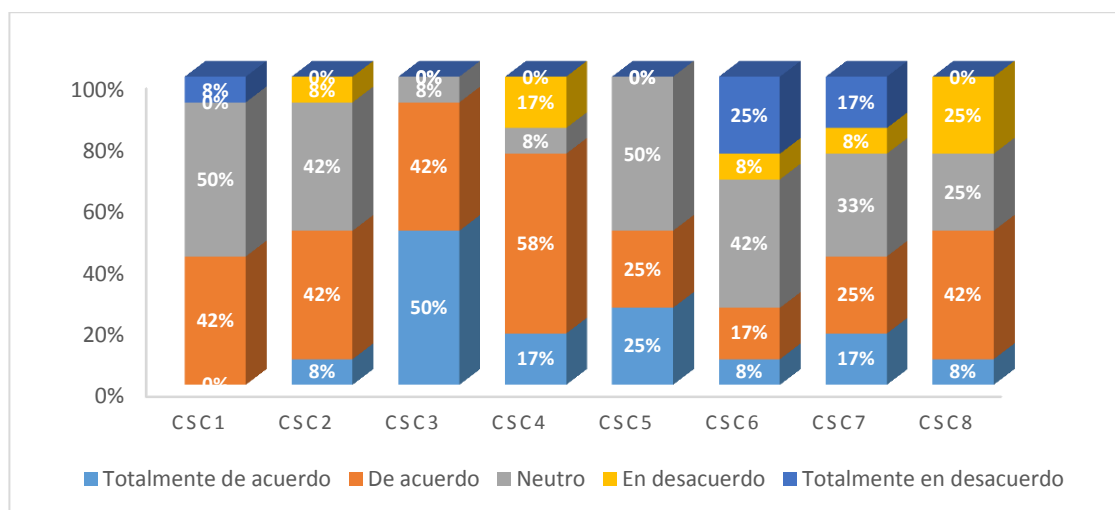
Gráfica 36. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental



Fuente: Esta investigación

El 75% de los encuestados consideran que sus padres los motivan a emprender (CF1), de igual manera el 58% de los estudiantes de Ingeniería Ambiental afirman que sus familiares cercanos también los motivan a ser empresarios (CF2) y en el 92% de los casos visualizan que sus parientes son dueños de sus propios negocios (CF3). Se puede concluir con certeza que la familia es un agente que incide en alto grado en la intención emprendedora de los estudiantes.

Gráfica 37. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental



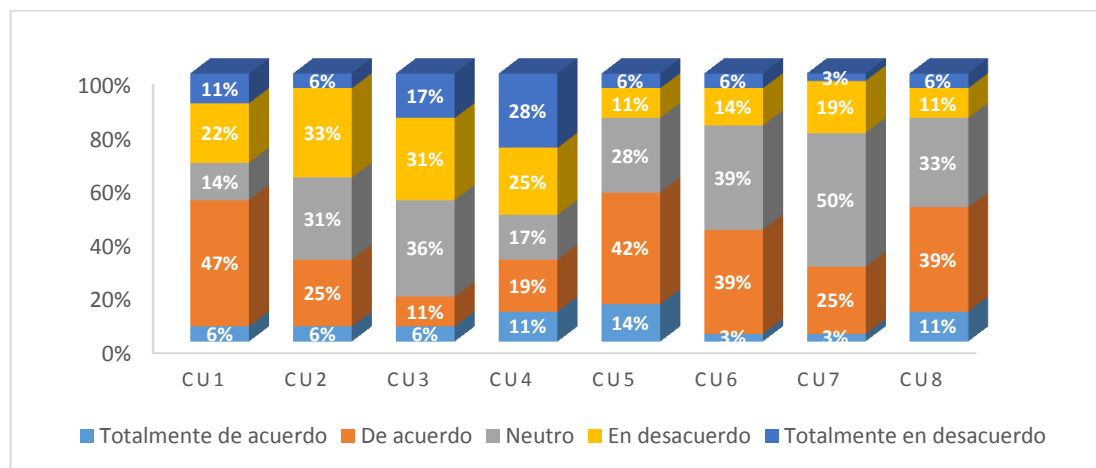
Fuente: Esta investigación

La mitad de los encuestados no tienen seguridad frente al hecho de que a sus amigos les interese emprender (50% de respuestas neutras para CSC1), pero se contrasta con el 50% de respuestas positivas respecto a si alguno de sus amigos es emprendedor activo (CSC2). Hay casi consenso (92% de respuestas favorables para CSC3) respecto a considerar que es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado de una ajena e igualmente existe una percepción positiva en lo concerniente a que en la región se admira a los empresarios (75% de respuestas favorables para CSC4). También se considera que llegar a ser empresario puede permitir alcanzar un estatus social alto (50% de respuestas positivas para CSC5), sin embargo, un porcentaje equivalente no tienen seguridad al respecto.

Solamente el 25% de los encuestados piensan que algunas creencias religiosas podrían incidir negativamente en el propósito de crear una empresa, pero un gran porcentaje tiene dudas de que esto sea del todo cierto (42% de respuestas neutras para CSC6). El 42% de los estudiantes manifiesta tener una baja confianza en sus capacidades emprendedoras y un porcentaje igualmente importante manifiesta dudas (33% de respuestas neutras para CSC7). La mitad de los estudiantes del programa de Ingeniería Ambiental no tienen claro qué tipo de empresa crear (50% de respuestas positivas para CSC8). En este ítem se concluye que los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental consideran que es mejor ser dueño de su propia empresa a ser empleado, hay admiración a los empresarios regionales, se piensa que el crear empresa puede permitir alcanzar un estatus social alto, pero se tiene dudas frente a sus capacidades emprendedoras y el tipo de empresa a crear.

7.2.1.4 Facultad de Ciencias Agrícolas

Gráfica 38. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas

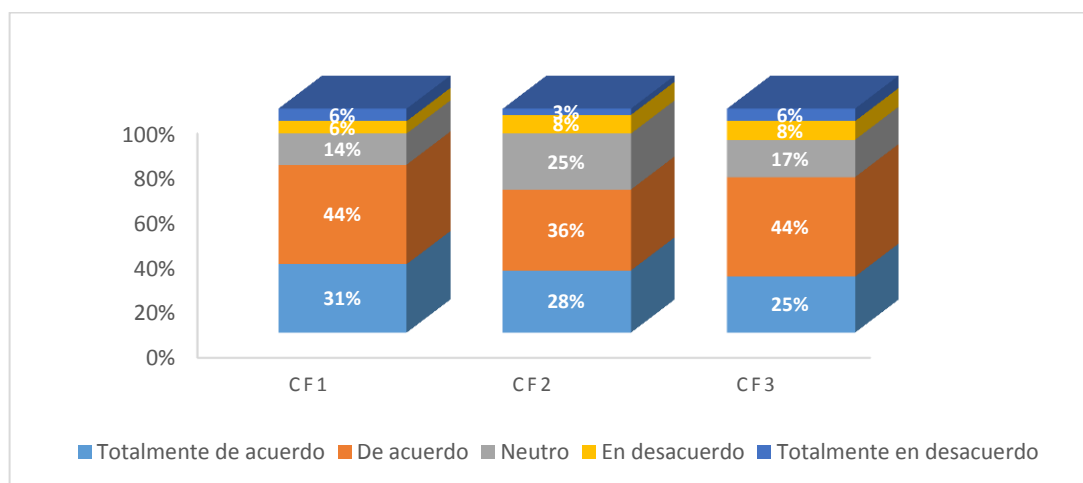


Fuente: Esta investigación

El 53% de los encuestados afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera (CU1), pero únicamente el 31% de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas afirman haber asistido a un espacio electivo de emprendimiento (CU2) y solamente el 17% de estudiantes están aprendiendo emprendimiento por su cuenta (CU3). Del total de encuestados, el 30% manifiestan no haber asistido a cursos de emprendimiento (CU4) y el 56% perciben que la universidad no genera un ambiente propicio para generar ideas de negocio (CU5). Para el 42% de los estudiantes de la FACIA no son suficientes los esfuerzos para involucrar a sus compañeros en actividades relacionadas al emprendimiento (CU6). La mitad de los encuestados no tiene claridad en cuanto a considerar si las asignaturas impartidas por la universidad realmente ayudan a fomentar el espíritu emprendedor (50% de respuestas neutras para CU7).

Finalmente se observa que los estudiantes perciben que la formación recibida en su carrera se orienta más a formar buenos empleados que buenos empresarios (50% de respuestas favorables para CU8). De este ítem se concluye que los estudiantes de la FACIA perciben que los conocimientos recibidos en la formación profesional les permitirán ser buenos empleados y no buenos empresarios teniendo en cuenta que la universidad no tiene una vocación emprendedora como se deduce de las preguntas relacionadas a los espacios académicos cursados que no han tenido incidencia en su intención emprendedora.

Gráfica 39. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas

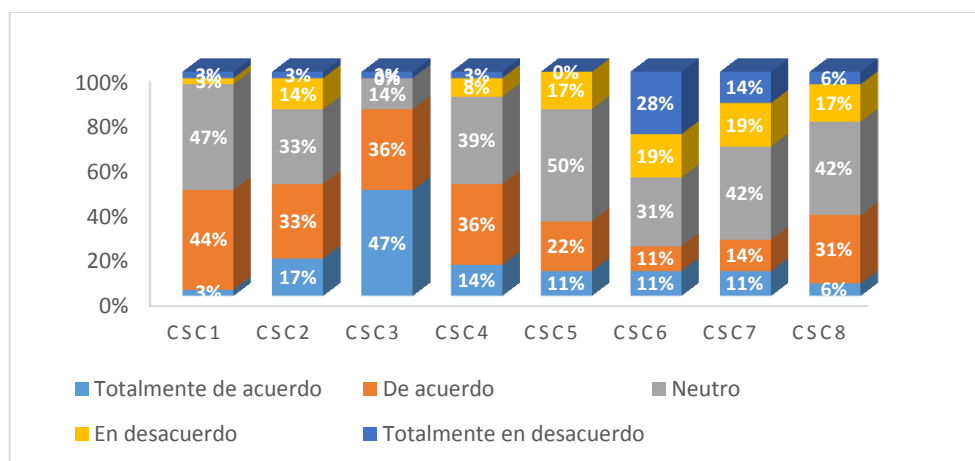


Fuente: Esta investigación.

El 74% de los encuestados consideran que sus padres los motivan a emprender (CF1), en el mismo sentido el 64% de estudiantes de la FACIA manifiestan que sus familiares también los motivan a ser empresarios (CF2) y en el 69% de los casos afirman que sus familiares son dueños de sus propios negocios (CF3).

Se puede establecer entonces con un alto grado de certeza que la familia es un actor del entorno de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas que incide positivamente en alto grado en su intención emprendedora.

Gráfica 40. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas



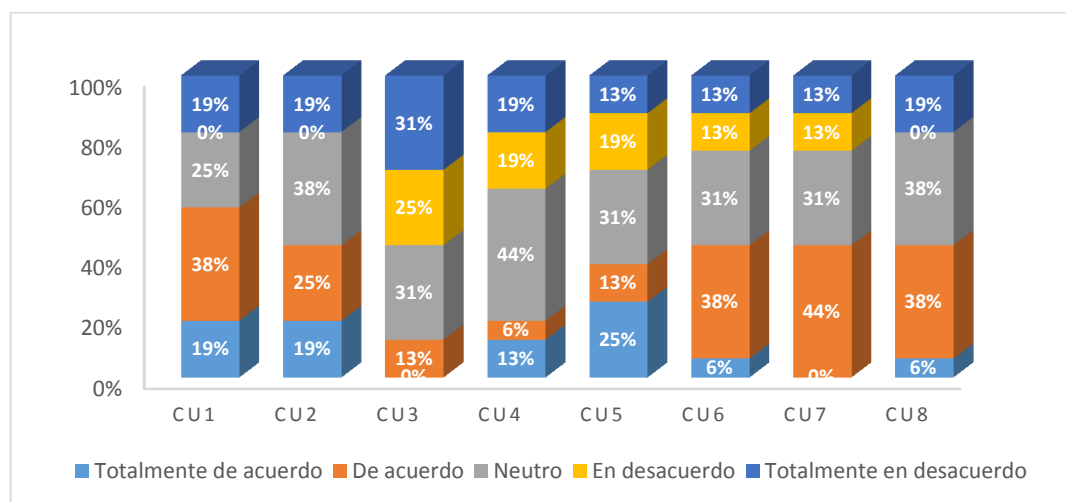
Fuente: Esta investigación

Para el 47% de estudiantes de la FACIA sus amigos tienen interés en emprender (CSC1) pero un porcentaje igual tienen dudas frente a este hecho, y el 50% de encuestados afirman que alguno de sus amigos o conocidos es emprendedor activo (CSC2). Para el 83% de estudiantes es mejor ser dueño de su propia empresa a empleado (CSC3) y se percibe que en la región se admira a quienes dirigen sus propias organizaciones (50% de respuestas afirmativas para CSC4). El 50% de los estudiantes tienen dudas en cuanto a la afirmación de que ser empresario les permitirá alcanzar un estatus social alto (50% de respuestas neutras para CSC5). Frente al hecho que en determinado momento ciertas creencias religiosas que castigan a los ricos y promueven la pobreza los pueden desmotivar para emprender no se tiene certeza plenamente (31% de respuestas neutras para CSC6). También se observa que el 42% de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas no están seguros de sus capacidades emprendedoras (CSC7) y de igual manera existe un porcentaje considerable de encuestados con incertidumbre sobre el tipo de empresa a crear (42% de respuestas neutras para CSC8). Se puede finalizar este apartado concluyendo que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas perciben que sus amigos son emprendedores, consideran que es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado, piensan que al ser empresarios podrían ser admirados y respetados, pero no están seguros de sus capacidades emprendedoras ni del tipo de empresa a crear.

7.2.2 Facultad de Artes

7.2.2.1 Programa de Diseño Gráfico

Gráfica 41. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico



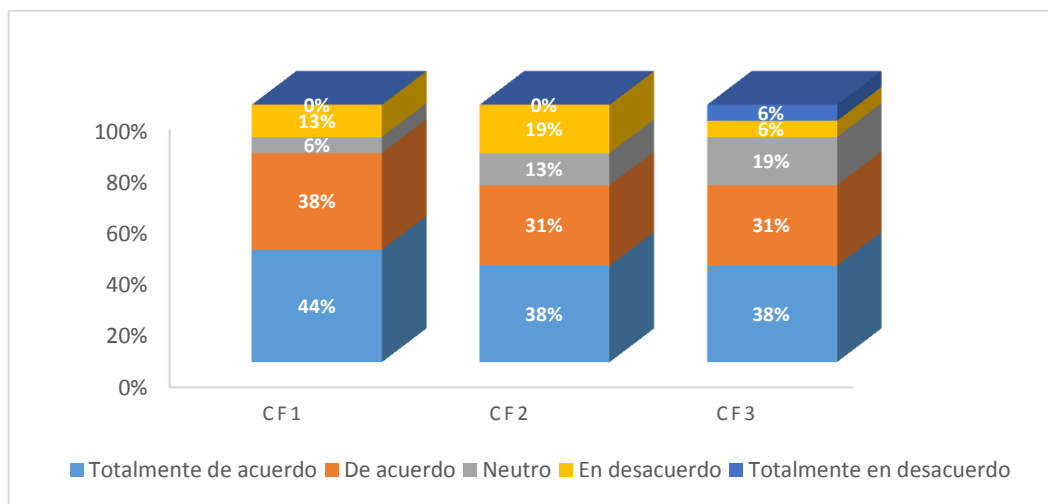
Fuente: Esta investigación

Más de la mitad de los encuestados afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera (57% de respuestas positivas para CU1), pero un porcentaje menor de los estudiantes de Diseño Gráfico afirman haber asistido a un espacio electivo de emprendimiento (44% de respuestas favorables para CU2) y solamente una minoría poco representativa han optado por aprender emprendimiento por su cuenta (13% de respuestas positivas para CU3). Únicamente el 19% de los encuestados afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento, pero un gran porcentaje tiene dudas al respecto (44% de respuestas neutras en CU4).

El 38% de los estudiantes de Diseño Gráfico perciben que la universidad no genera un ambiente propicio para desarrollar ideas de nuevos negocios (CU5) y el 44% consideran que no son suficientes los esfuerzos para involucrar a los estudiantes en actividades de emprendimiento (CU6). Para el 44% de los estudiantes de Diseño Gráfico las asignaturas impartidas por la universidad ayudan a fomentar el espíritu emprendedor, aunque un porcentaje representativo de encuestados no estén totalmente seguros frente a este hecho (31% de respuestas neutras para CU7) y una situación parecida se presenta cuando se pregunta si la formación recibida se orienta a formar buenos profesionales más que buenos empresarios (44% de respuestas favorables y 38% de respuestas neutras para CU8). En este factor se concluye que los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico en su gran mayoría no están seguros o tienen dudas respecto a

la incidencia de la formación recibida en su intención emprendedora. Es decir, las actividades y espacios académicos ofrecidos por la universidad no están orientándose a generar una cultura emprendedora en la institución y por ende se hace necesario replantear las acciones de actores como la Unidad de Emprendimiento.

Gráfica 42. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico

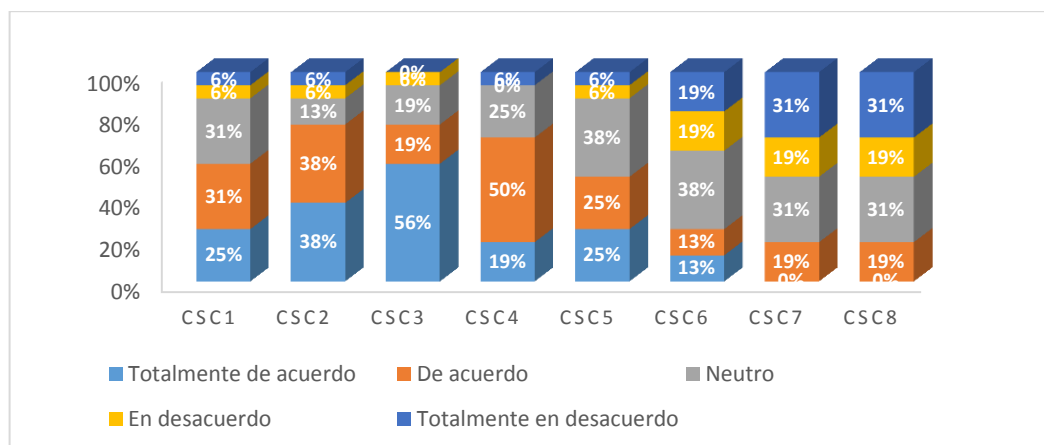


Fuente: Esta investigación.

Gran parte de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico afirman que sus padres los motivan a emprender (82% de respuestas favorables para CF1), en el mismo orden el 69% de los encuestados consideran que sus familiares también los motivan a ser empresarios (CF2) y el mismo porcentaje de estudiantes saben que sus familiares son dueños de sus propios negocios (69% de respuestas afirmativas para CF3).

Es decir, la familia es un agente que incide favorablemente en alto grado en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico.

Gráfica 43. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico



Fuente: Esta investigación

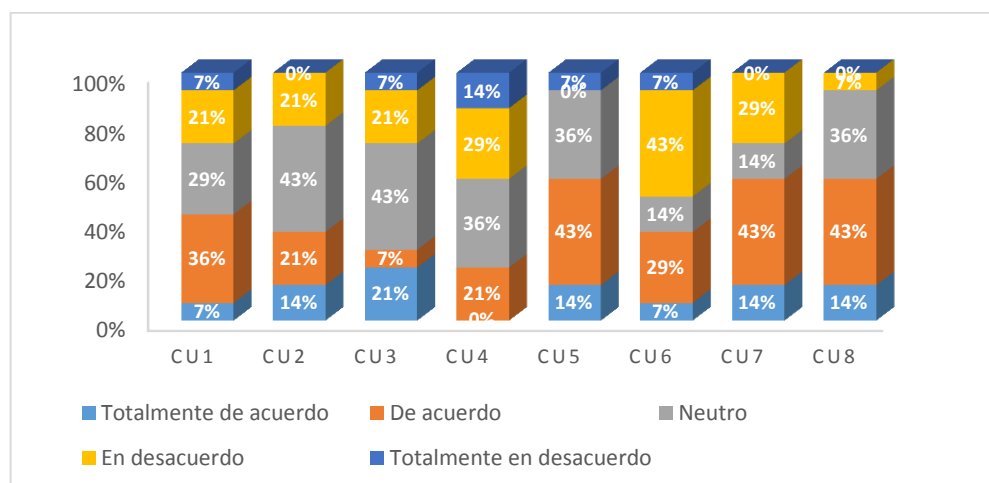
El 56% de los encuestados consideran que a sus amigos les interesa emprender (CSC1) y el 76% de los estudiantes de Diseño Gráfico saben que alguno de sus amigos es emprendedor activo (CSC2). Hay un gran consenso (75% para CSC3) respecto a que es mejor ser dueño de su propia empresa a empleado y el 69% de los encuestados perciben que en la región se admira a quienes dirigen sus propias empresas (CSC4). El 50% de los estudiantes de Diseño Gráfico piensan que ser empresario permite generar poder, respeto y un estatus social alto (CSC5).

Frente a si se considera que algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza no se está de acuerdo en la mayoría de los casos (38% de respuestas neutras y 38% de respuestas negativas para CSC6). La mitad de los encuestados tienen duda respecto a sus capacidades emprendedoras (31% de respuestas neutras para CSC7) y de igual manera existe una alta incertidumbre sobre el tipo de empresa a crear (31% de respuestas neutras para CSC7).

De este apartado se deduce que las variables del contexto social y cultural que influyen positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes de Diseño Gráfico son las siguientes: el referente de los amigos emprendedores, la creencia generalizada de que es mejor ser empresario que empleado, la admiración a los empresarios regionales y la posibilidad de alcanzar un estatus social más alto.

7.2.2.2 Programa de Diseño Industrial

Gráfica 44. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial



Fuente: Esta investigación

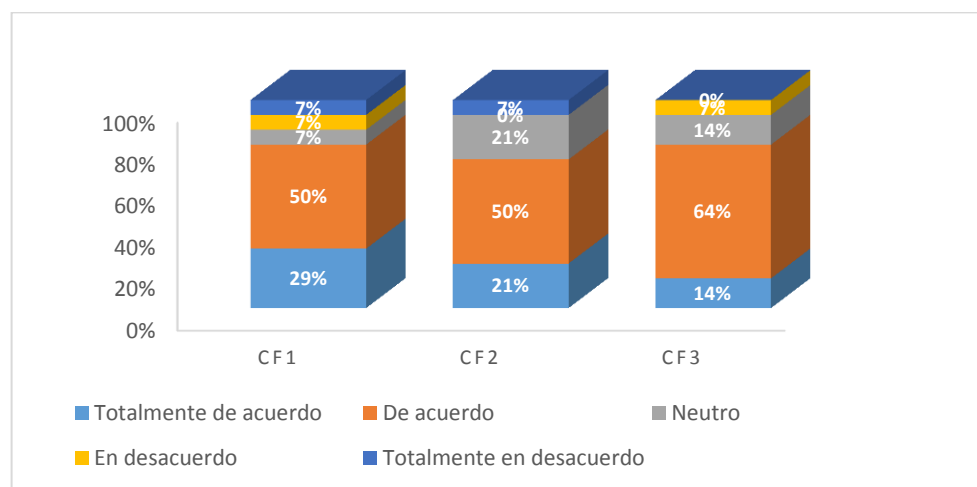
El 43% de los encuestados manifiestan que han cursado por lo menos un espacio académico sobre emprendimiento a lo largo de su carrera, pero solamente el 35% de los estudiantes de Diseño Industrial han tomado cursos electivos de emprendimiento, sin embargo, un alto porcentaje de encuestados tiene dudas al respecto (43% de respuestas neutras para CU2). Consecuente a las preguntas anteriores únicamente el 28% de los encuestados manifiestan que están tomando cursos de emprendimiento de forma particular (CU3).

También es muy bajo el porcentaje de los encuestados (21%) que manifiestan no haber asistido a cursos de emprendimiento hasta el momento, pero hay dudas frente a este hecho (36% de respuestas neutras para CU4). Frente a considerar si la Universidad genera un ambiente propicio para generar ideas de negocio el 57% de los estudiantes consideran que si existen avances (CU5) pero el 50% de los estudiantes piensan que sus compañeros no son motivados para participar en actividades emprendedoras (50% de respuestas negativas para CU6). El 57% de los estudiantes perciben que las materias de emprendimiento han favorecido positivamente su intención de crear empresa (CU7).

Finalmente, en este ítem los estudiantes de Diseño Industrial consideran que los conocimientos recibidos por la Universidad se orientan a formar buenos profesionales, pero no buenos empresarios (57% de aceptación para CU8).

En este apartado se concluye que los estudiantes de Diseño Industrial reconocen que existe un entorno favorable en su programa para generar ideas de negocio y las materias de emprendimiento los motivan a crear su propia empresa, sin embargo, es muy bajo el porcentaje de estudiantes que han estudiado sobre estas temáticas por su cuenta más allá de los espacios obligatorios y las actividades realizadas en la universidad no han sido suficientes para fortalecer su espíritu emprendedor.

Gráfica 45. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial

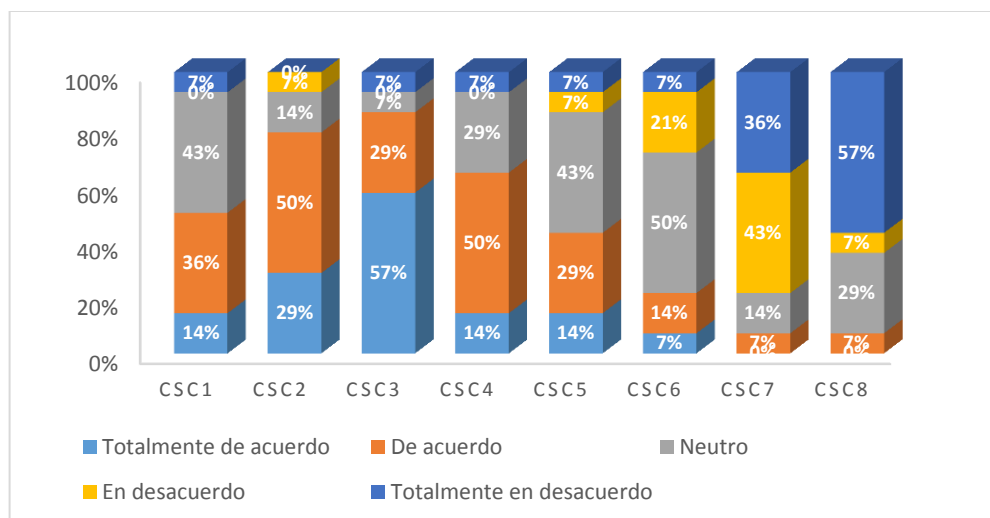


Fuente: Esta investigación.

En este contexto se resalta que los padres de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial en un gran porcentaje motivan a sus hijos a ser emprendedores (79% de respuestas positivas para CF1), en igual sentido sus familiares más próximos tienen una gran influencia (71% de respuestas positivas para CF2).

También es posible evidenciar que los estudiantes de Diseño Industrial observan que algunos familiares han iniciado su propio negocio (78% de respuestas favorables para CF3) lo que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir. Se deduce entonces que el ambiente familiar tiene una incidencia positiva en alto grado en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial.

Gráfica 46. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial



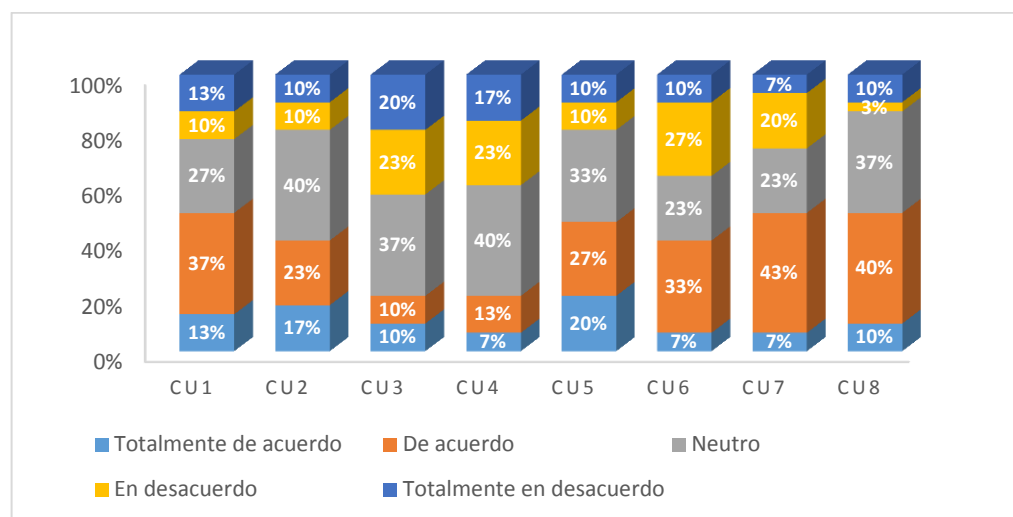
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes perciben que sus amigos tienen interés en emprender (50% de respuestas favorables para CSC1). También observan que en varios casos sus amigos han logrado iniciar su propio negocio (79% de respuestas positivas para CSC2). La mayoría de encuestados consideran que es mejor ser empresario que empleado (86% de respuestas positivas para CSC3) y el 64% de estudiantes perciben que en la región se admira a los empresarios (CSC4). Existe un porcentaje importante de estudiantes del Programa de Diseño Industrial que tienen dudas frente al hecho de obtener poder, respeto y estatus social al crear una empresa (43% de respuestas neutrales para CSC5).

El 50% de los estudiantes tienen dudas respecto a que algunas creencias religiosas que promueven la idea de tener una vida austera podrían incidir negativamente en su intención emprendedora (50% de respuestas neutrales para CSC6). La mayoría de estudiantes no están de acuerdo con afirmar que tienen baja confianza en sus capacidades emprendedoras (79% de respuestas negativas para CSC7) y solamente el 7% de estudiantes del Programa de Diseño Industrial no tienen claro qué tipo de empresa podrían crear (CSC8). Se deduce entonces que los amigos podrían incidir favorablemente en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial porque se convierten en un referente a imitar. También existe convencimiento en cuanto a que es mejor ser empresario que empleado y que en la región se admira a quienes dirigen sus propias empresas.

7.2.2.3 Facultad de Artes

Gráfica 47. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Artes

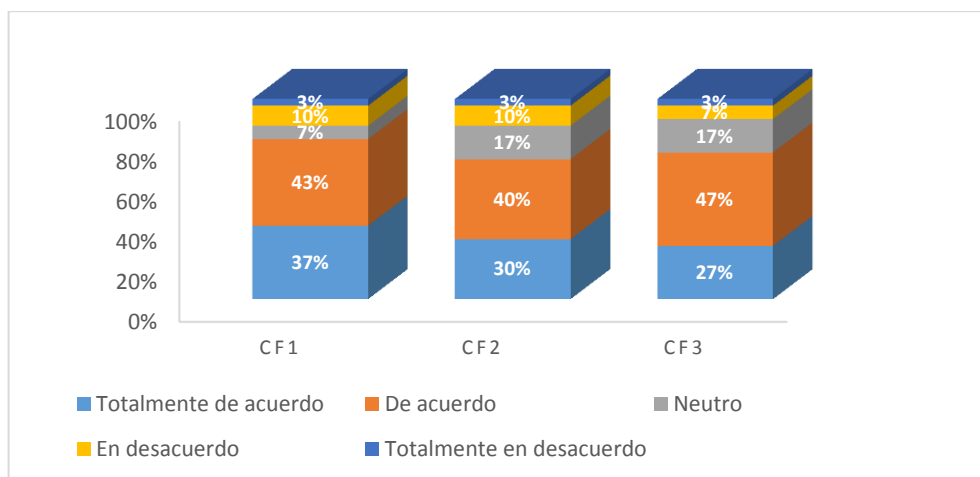


Fuente: Esta investigación

El 50% de los encuestados afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera (CU1), un porcentaje menor de los estudiantes de la Facultad de Artes afirman haber asistido a un espacio electivo de emprendimiento (40% de respuestas positivas para CU2) y solamente el 20% han optado por aprender emprendimiento por su cuenta (CU3) aunque se desconoce si lo hacen en entidades formales. Solamente el 20% de los encuestados afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento hasta el momento (CU4).

El 47% de los estudiantes perciben que la universidad genera un ambiente propicio para generar sus ideas de negocio (CU5) y el 40% consideran que la universidad involucra a los estudiantes en actividades de emprendimiento (CU6). En igual sentido el 50% de encuestados piensan que las materias de emprendimiento ayudan a fomentar su espíritu emprendedor (CU7) y un porcentaje equivalente de estudiantes de la Facultad de Artes considera que la formación recibida se orienta a formar buenos empleados más que buenos empresarios (50% de favorabilidad para CU8). En este factor se concluye que los estudiantes de la Facultad de Artes en un gran porcentaje han cursado al menos un espacio académico de emprendimiento y estas materias han incidido favorablemente en su intención emprendedora, sin embargo, las actividades desarrolladas por la universidad no han tenido un impacto considerable.

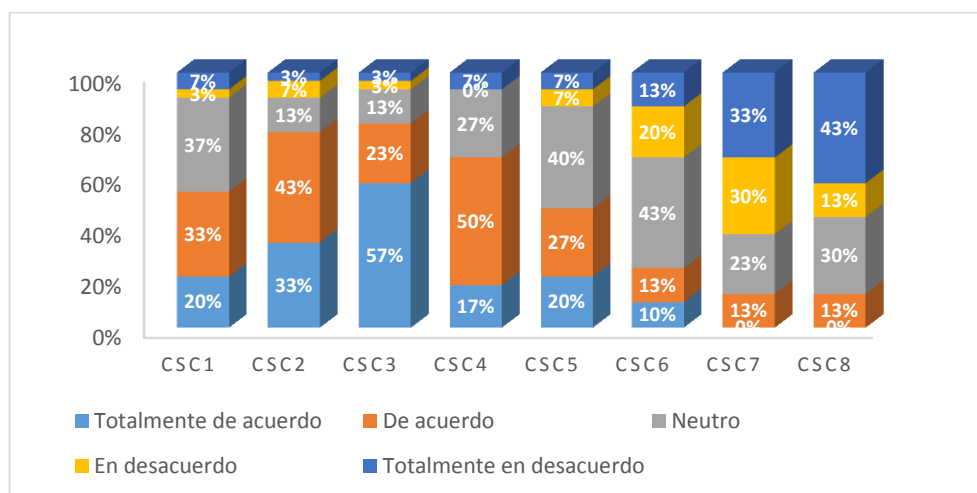
Gráfica 48. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Artes



Fuente: Esta investigación.

El 80% de los encuestados de la Facultad de Artes afirman que sus padres los motivan a emprender (CF1), en el mismo orden el 70% de los estudiantes consideran que sus familiares también los motivan a ser empresarios (CF2) y en el 74% de los casos visualizan que sus parientes son dueños de sus propios negocios (CF3). Es decir, la familia es un agente que incide en alto grado en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Artes.

Gráfica 49. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Artes



Fuente: Esta investigación

El 53% de los estudiantes de la Facultad de Artes consideran que a sus amigos les interesa emprender (CSC1) y el 76% saben que alguno de sus amigos o conocidos es emprendedor activo (CSC2). Hay un gran porcentaje de encuestados (80% para CSC3) que piensan que es mejor ser dueño de su propia empresa a empleado y en el 67% de los casos se admira a los empresarios regionales (CSC4).

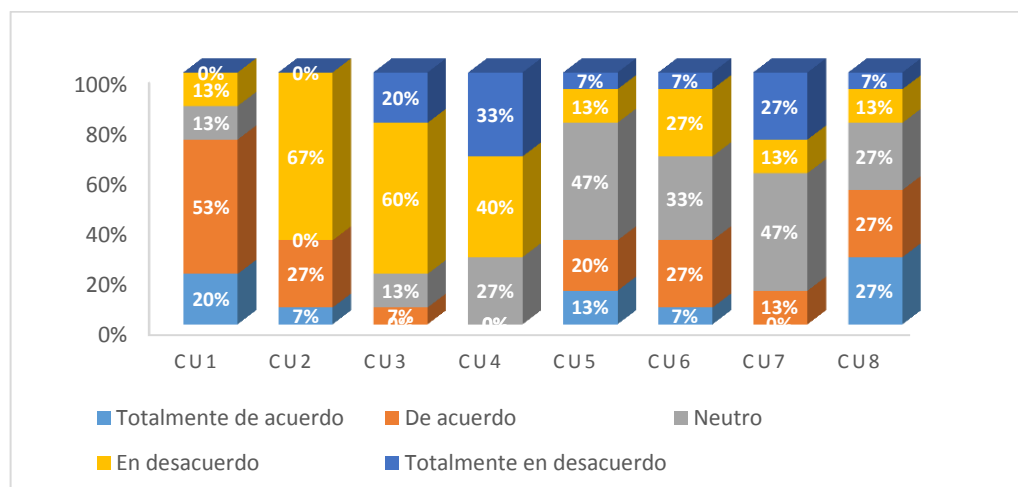
También se considera que llegar a ser empresario puede permitir generar poder, respeto y un estatus social alto (47% de respuestas positivas para CSC5). Se tienen dudas frente a la afirmación que existen creencias religiosas que promueven una vida austera en vez de la generación de riqueza (43% de respuestas neutras para CSC6). Solamente en el 13% se considera tener baja confianza en las capacidades emprendedoras (CSC7) y de igual manera un bajo número de estudiantes (13% de respuestas positivas para CSC8) no tienen claro que empresa crear.

De este apartado se deduce que los estudiantes de la Facultad de Artes en su mayoría consideran que es mejor ser dueño de su propia empresa a ser empleado, conocen amigos emprendedores y piensan que en la región se admira a quienes dirigen sus propias empresas.

7.2.3 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

7.2.3.1 Programa de Administración de Empresas

Gráfica 50. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas



Fuente: Esta investigación

La mayoría de los encuestados (73% de favorabilidad para CU1) afirman que han cursado por lo menos un espacio académico sobre emprendimiento a lo largo de su carrera, lo cual es una característica distintiva de los programas relacionados a las áreas económicas, administrativas y contables debido a que este tipo de asignaturas en la mayoría de los casos son obligatorias. Esta pregunta se contrasta con la característica CU4 debido a que 73% de los encuestados no están de acuerdo con la afirmación relacionada ya que no han tomado cursos de emprendimiento.

Consecuente a la pregunta anterior los estudiantes (67% en desacuerdo con CU2) manifiestan que no han asistido a cursos electivos de emprendimiento, ni en su gran mayoría (80% de respuestas negativas con CU3) están tomando cursos de emprendimiento de forma particular.

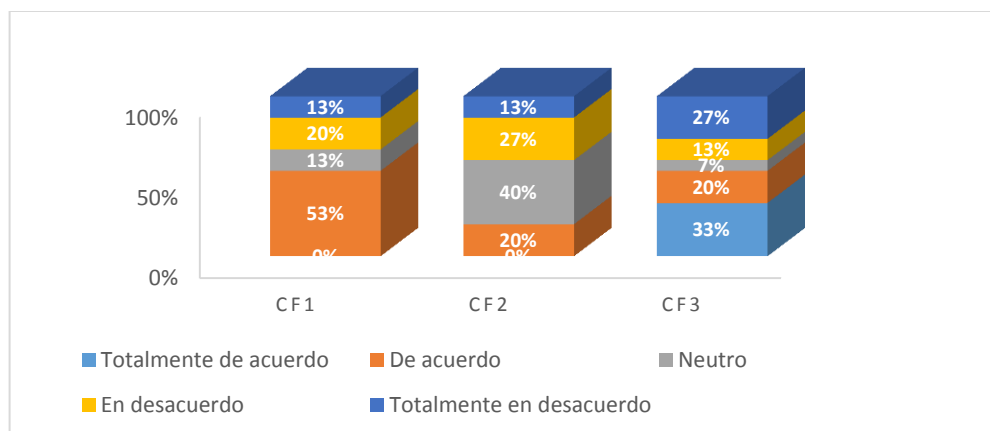
Se evidencia que gran parte de los estudiantes no toman posición (47% neutrales para CU5) frente a considerar a la Universidad como dinamizadora del emprendimiento y además la institución no involucra a los estudiantes en diferentes actividades relacionadas (33% de respuestas neutrales, 34% de respuestas negativas respecto a CU6).

Los estudiantes también se muestran escépticos frente al papel que han desarrollado las materias de emprendimiento en la intención de crear empresa y no toman una posición favorable frente a esta información (47% respuestas neutrales y 40% de respuestas negativas para CU7).

Y para concluir este ítem se está de acuerdo con la afirmación sobre que los conocimientos recibidos en la universidad que se limitan a formar buenos profesionales y no buenos empresarios (54% de respuestas positivas para CU8).

En este apartado se concluye que al parecer la formación recibida en la Universidad no es percibida como determinante en la intención emprendedora de los estudiantes de Administración de Empresas puesto que evalúan de forma negativa el impacto de las cátedras y se puede deducir que las actividades desarrolladas por la Universidad han sido poco relevantes a la hora de formar una mentalidad empresarial en sus estudiantes.

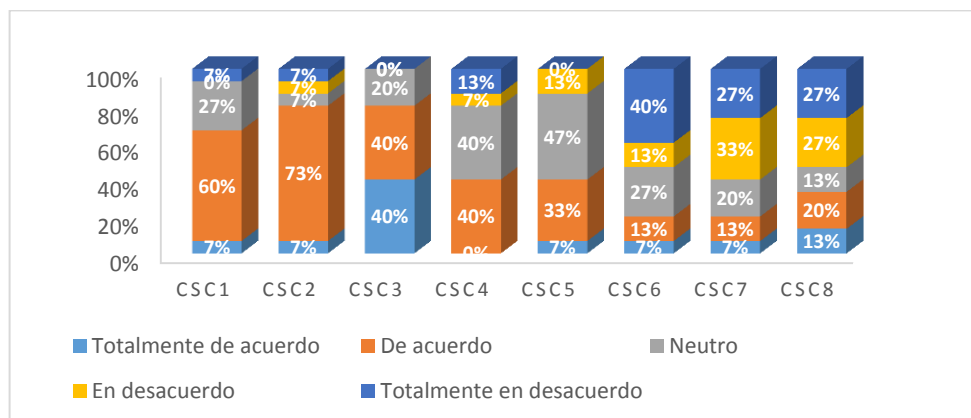
Gráfica 51. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas



Fuente: Esta investigación

En este contexto se resalta que los padres tienen un rol determinante (CF1) a la hora de motivar a sus hijos para ser empresarios (53% de respuestas positivas), en cambio los familiares más próximos tienen una influencia menor (20% de respuestas positivas para CF2). También es posible evidenciar que los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio (53% de respuestas positivas para CF3) lo que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir. Se concluye que se reconoce que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Administración de Empresas.

Gráfica 52. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas



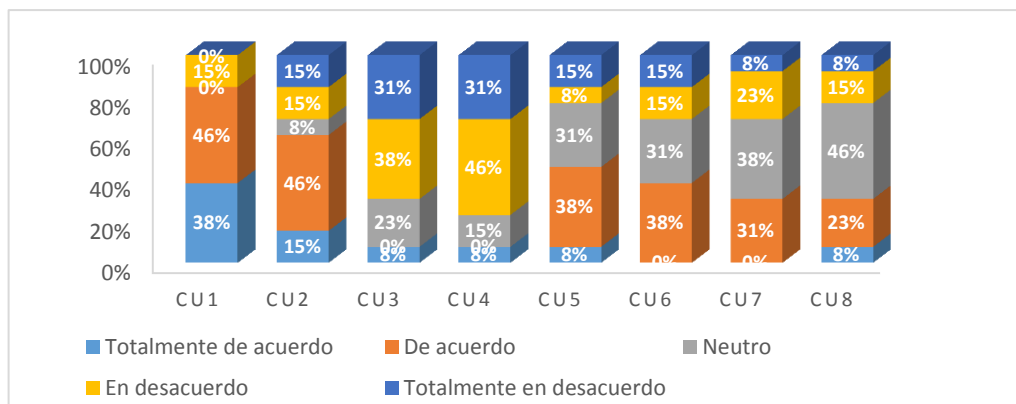
Fuente: Esta investigación.

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia. Los estudiantes perciben en sus compañeros de clase (CSC1) un alto interés por emprender (67% de respuestas positivas), que puede ser una característica común para los programas de las áreas económicas, administrativas y contables. También observan que en algunos casos sus compañeros han logrado iniciar su propio negocio (80% de respuestas positivas para CSC2). Existe casi un consenso generalizado en afirmar que es mejor ser empresario que empleado (80% de respuestas positivas para CSC3), aunque en pocos casos se admira al empresario local (40% de respuestas positivas para CSC4) ya sea porque no los consideran modelos a seguir o por desconocimiento de los mismos. También son escépticos en considerar que el solo hecho de crear una empresa permite obtener un estatus social y reconocimiento (47 % de respuestas neutrales para CSC5).

En cuanto a la influencia de creencias religiosas en la intención de emprender debido a que en credos como el católico se promueve la idea de que ser rico es malo los estudiantes consideran que este tipo de ideas no son determinantes en su pensamiento emprendedor (53% de respuestas negativas para CSC6). La confianza en las propias capacidades para emprender no es puesta en duda y por eso solamente el 20% de estudiantes consideran que no tienen las condiciones para iniciar su propia empresa (CSC7). Lo que sí es incierto es que tipo de empresa podrían crear: 33% de respuestas positivas y 13% de respuestas neutrales para CSC8 indican que un gran porcentaje de estudiantes aún tienen dudas en el modelo de negocio a seguir. Para este ítem se resalta que los amigos son un factor de gran influencia en la intención emprendedora y se considera que es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado.

7.2.3.2 Programa de Comercio Internacional

Gráfica 53. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.

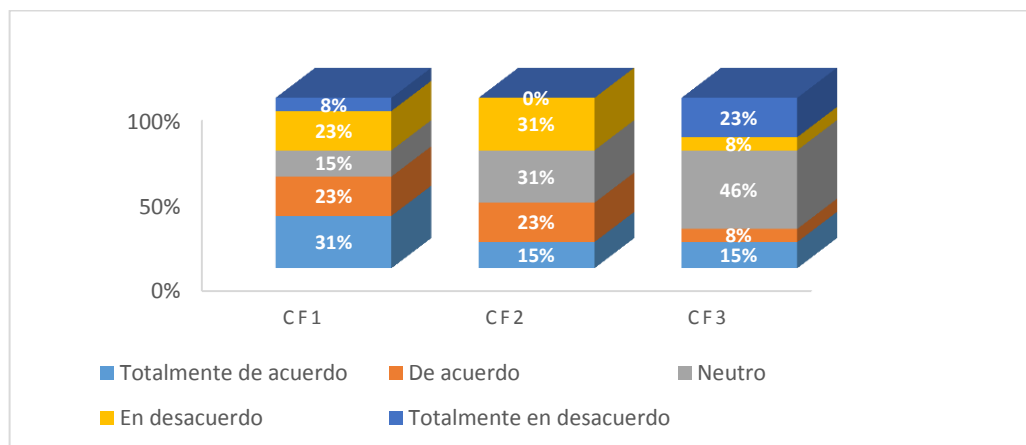


Fuente: Esta investigación.

Existen factores muy relevantes del contexto universitario que influyen en el espíritu emprendedor como se muestra con el factor CU1, que permite establecer que los encuestados han tomado al menos un curso de emprendimiento en el 84% de los casos. Así mismo el 61 % de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional han asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo (CU2). Por otra parte, solamente el 8% de los encuestados afirman que están estudiando un programa específico de emprendimiento por su propia cuenta y un porcentaje equivalente de estudiantes manifiestan no haber asistido a un curso de emprendimiento hasta el momento (8% de respuestas favorables para CU4).

Cuando se evalúa si la universidad inspira el desarrollo de ideas para nuevos negocios, el 46% está a favor, sin embargo, en un grupo importante de los encuestados hay dudas al respecto (31% de neutralidad para CU5). La variable de contexto CU6 indica que los estudiantes del Programa de Comercio Internacional perciben que solamente en el 38% de las ocasiones han sido involucrados en actividades emprendedoras pero el 31% no están seguros de esta realidad (CU6). Respecto a la variable CU7 el 38% de los estudiantes no tienen certeza si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa (CU7) y una situación parecida de incertidumbre se manifiesta cuando se afirma que la universidad brinda conocimientos para ser profesional más que ser empresario (46% de respuestas neutras para CU8). De este apartado se puede concluir que, aunque los estudiantes han cursado al menos un curso de emprendimiento en su carrera al parecer no ha sido suficiente para incidir de manera positiva en su intención emprendedora, ni tampoco las actividades realizadas en la Universidad por actores como la Unidad de Emprendimiento.

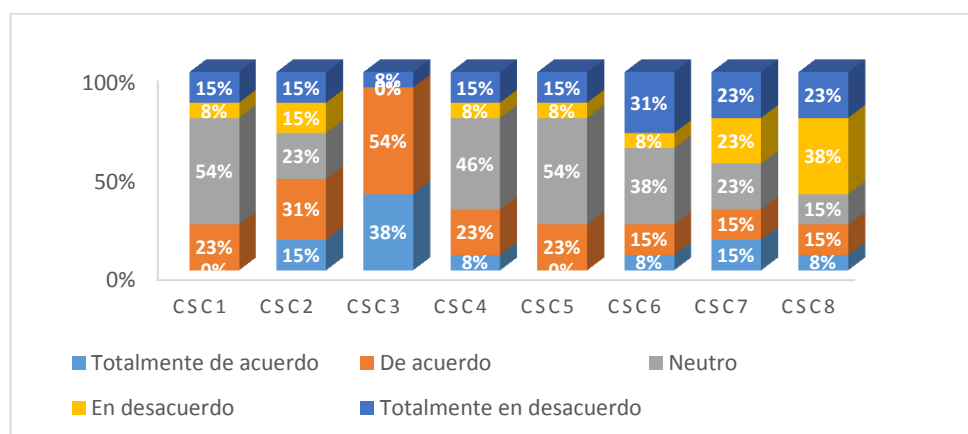
Gráfica 54. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa Comercio Internacional



Fuente: Esta investigación

El factor CF1 indica que un 54% de los encuestados opinaron que los padres son quienes los motivan para iniciar emprendimiento. En lo relacionado con la motivación de familiares cercanos hacia el emprendimiento se evidencia que solamente el 38 % de los encuestados están de acuerdo con esta afirmación (CF2) y únicamente el 23% de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional afirman conocer familiares que tengan negocios o empresas propias (CF3). Entonces, aunque los padres en más de la mitad de los casos motivan a emprender, los estudiantes del Programa de Comercio Internacional en muy pocos casos encuentran ejemplos a imitar en familiares cercanos, así que la influencia de este contexto es débil en la intención emprendedora.

Gráfica 55. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.



Fuente: Esta investigación

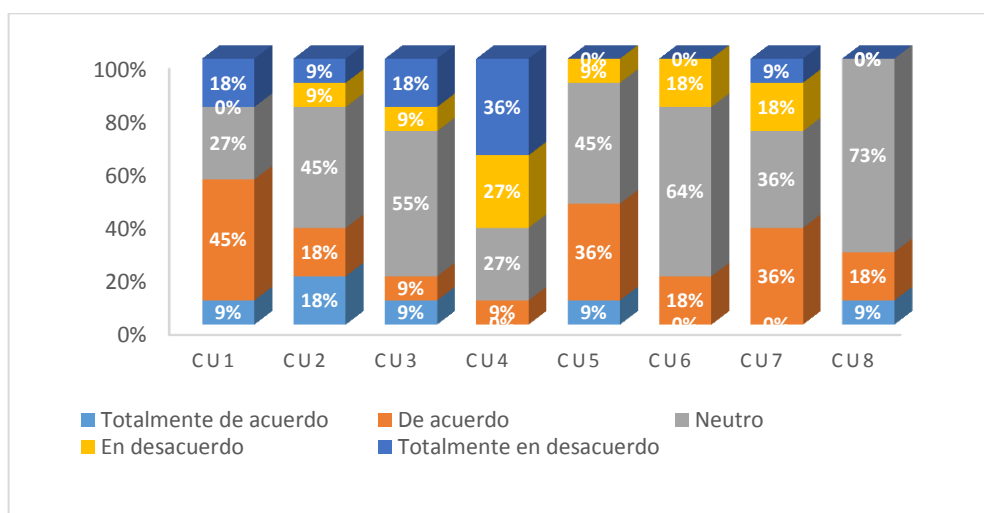
Se puede observar que solo el 23 % de los encuestados dicen encontrar en sus amistades el interés por crear empresa y el 54 % restante no está seguro de la actitud emprendedora de sus amigos (CSC1), sin embargo, el 46% de estudiantes de Comercio Internacional identifican que sus amigos son emprendedores (CSC2) y el 92% opina que es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado (CSC3). Cuando se interroga si en la región se admira a quienes tienen empresa casi la mitad de los encuestados, no está seguro de tal afirmación (46% de respuestas neutras para CSC4) y situación similar se presenta cuando se pregunta si tener una empresa propia genera poder, respeto y un status social alto (54% de respuestas neutras para CSC5). Si se cuestiona si algunas creencias religiosas que promueven votos de pobreza entre sus fieles inciden en la actitud emprendedora solamente el 23% está de acuerdo, pero un porcentaje mayor de estudiantes tiene dudas (38% de respuestas neutras para CSC6).

Se analizó también si los estudiantes creen tener bajas capacidades para emprender, encontrando opiniones divididas (30% a favor y 46% en contra de CSC7) y finalmente en este ítem solamente el 23% de encuestados piensan no tener claro qué tipo de empresa crear.

Se puede observar entonces que las únicas razones de peso de este contexto que inciden favorablemente en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional son: ser dueño de su propia empresa en vez de empleado en una ajena e imitar hasta cierto punto el ejemplo de alguno de sus amigos emprendedores.

7.2.3.3 Programa de Contaduría Pública

Gráfica 56. Factores del Contexto Universitario que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.



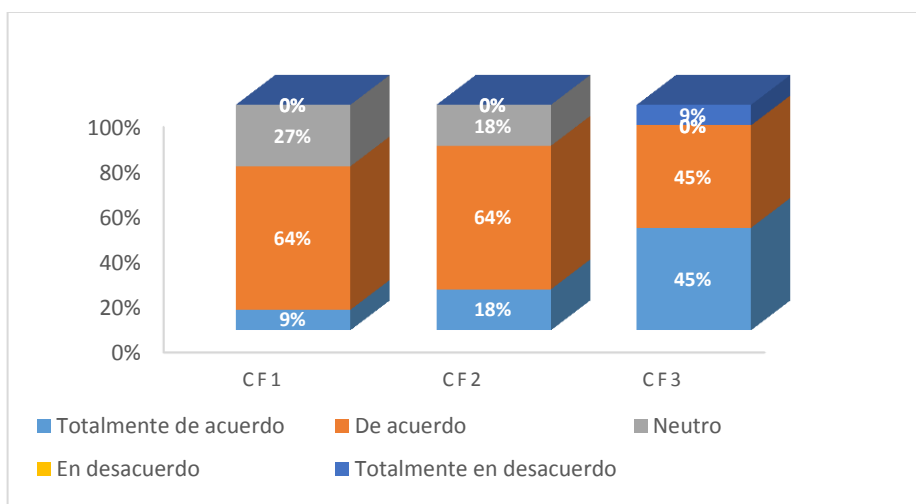
Fuente: Esta investigación

El 54% de los encuestados afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera (CU1), un porcentaje menor curso al menos un espacio electivo de emprendimiento (36% de respuestas favorables para CU2), solamente unos pocos han optado por aprender emprendimiento por su cuenta (18% de respuestas favorables para CU3) y únicamente el 9% de los estudiantes de Contaduría Pública afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento (CU4). El 45% de los estudiantes perciben que la universidad no genera un ambiente propicio para emprender (CU5) y el 18% consideran que no son suficientes los esfuerzos para involucrar a los estudiantes en actividades de emprendimiento, pero en la gran mayoría existe duda al respecto (64% de respuestas neutrales para CU6). Además, se identifica que los contenidos temáticos de la carrera no se orientan a fomentar el espíritu emprendedor (27% de respuestas negativas y 36% de

repuestas neutras para CU7) así como también se tiene poca claridad respecto a que la formación recibida se orienta a formar buenos profesionales más que buenos empresarios (73% de neutralidad para CU8).

Las respuestas anteriores permiten concluir que los contenidos temáticos de la formación profesional no se orientan a formar futuros empresarios y los espacios académicos generados no son enfocados hacia una actitud de emprendimiento, por tanto, se puede deducir que la influencia de la universidad en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública es débil.

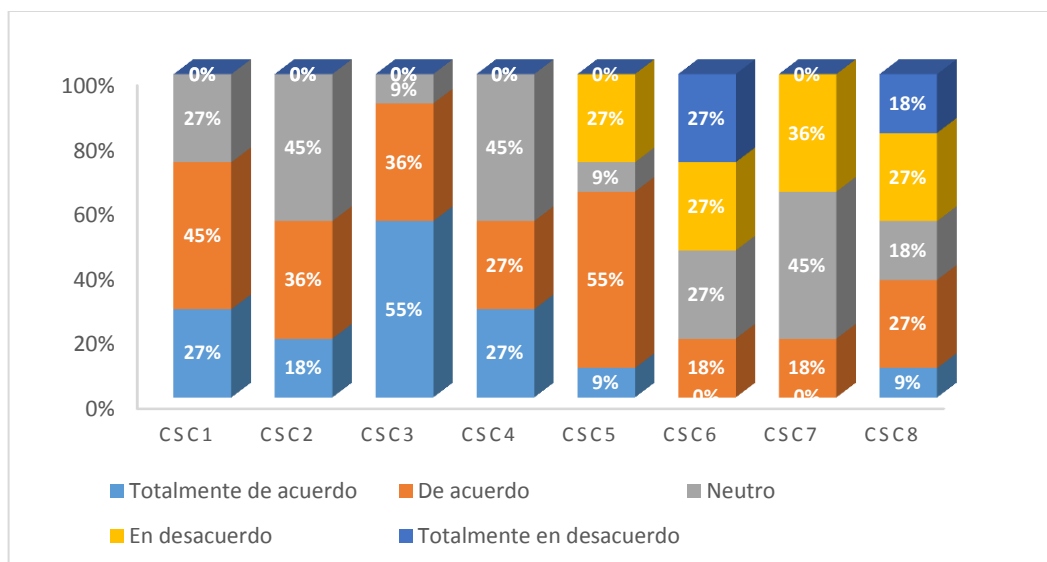
Gráfica 57. Factores del Contexto Familiar que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.



Fuente: Esta investigación

La mayoría de los encuestados afirman que sus padres los motivan a emprender (73% de respuestas positivas para CF1), así como también sus familiares cercanos los motivan a ser empresarios (82% de respuestas positivas para CF2) y en el 90% de los casos visualizan que sus familiares son dueños de sus propios negocios (CF3). Es decir, el grupo familiar es un factor que promueve en alto grado la intención de emprender de los estudiantes de Contaduría Pública.

Gráfica 58. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.



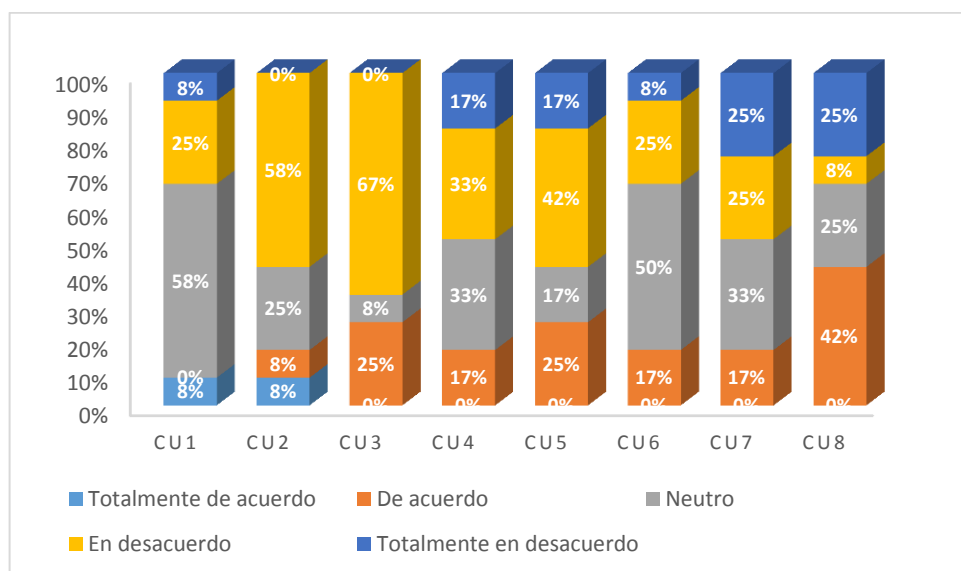
Fuente: Esta investigación

El 72% de los estudiantes de Contaduría Pública consideran que a sus amigos les interesa emprender (CSC1), para la siguiente afirmación respecto a si alguno de sus amigos es emprendedor activo encontramos un 54% de respuestas favorables (CSC2). La mayoría de encuestados están de acuerdo a que es mejor ser propietario de una empresa que ser empleado (91% de respuestas favorables para CSC3) y se admira a los empresarios locales en más de la mitad de los casos (54% de respuestas positivas para CSC4). También se considera que ser empresario permite alcanzar una posición social alta (64% de respuestas afirmativas para CSC5).

Con respecto a las creencias religiosas que promueven la pobreza y se castiga la riqueza no se considera relevante (54% de respuestas negativas para CSC6). Gran parte de los estudiantes de Contaduría Pública tienen dudas de sus capacidades emprendedoras (45% de respuestas neutras para CSC7) así como también del tipo de empresa a crear (36% de respuestas favorables y 18% de respuestas neutras para CSC8). Se ha detectado entonces que los motivadores más fuertes para emprender se relacionan con ser propietario de una empresa en vez de ser empleado, imitar la actividad emprendedora de sus amigos que son un referente próximo, se piensa que quien emprende alcanza un estatus social alto, un mejor nivel de vida y es reconocido y respetado por la sociedad.

7.2.3.4 Programa de Economía

Gráfica 59. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Economía



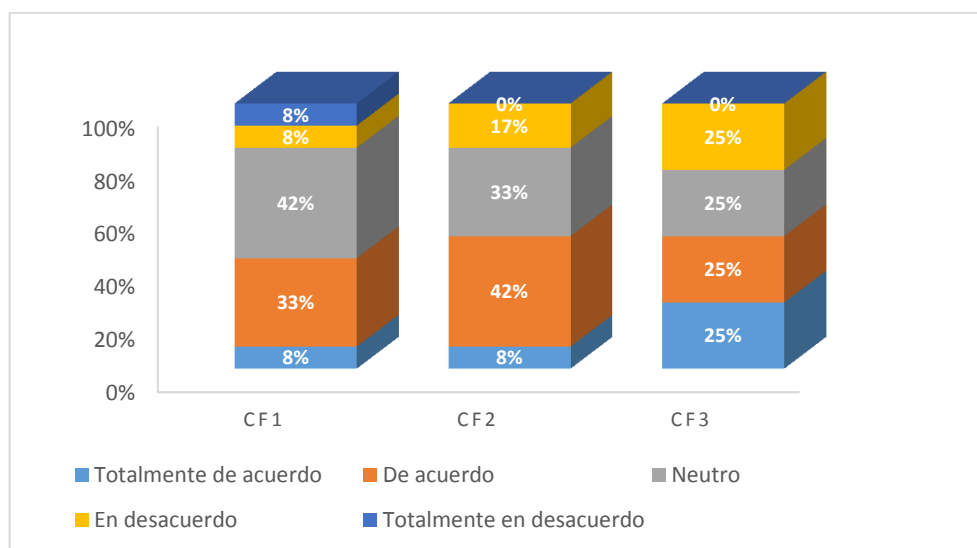
Fuente: Esta investigación

Solamente el 8% de los encuestados afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera, pero la gran mayoría tienen dudas al respecto (58% de respuestas neutras para CU1). Solamente el 16% de estudiantes del programa de Economía manifiestan haber asistido por lo menos a un espacio electivo de emprendimiento (CU2) y muy pocos han optado por aprender emprendimiento por su cuenta (25% de respuestas positivas para CU3) aunque se desconoce si lo hacen en entidades formales. Solamente el 17% de los encuestados afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento (CU4).

Más mitad de los estudiantes del Programa de Economía perciben que la universidad no los inspira para desarrollar nuevas ideas de negocio (59% de respuestas negativas para CU5) pero un gran porcentaje tienen dudas frente a si la universidad motiva a los estudiantes a participar en actividades de emprendimiento (50% de respuestas neutras para CU6). También se percibe que las materias de emprendimiento de la universidad no ayudan a fomentar el espíritu emprendedor (50% de respuestas negativas para CU7) y que la formación recibida se orienta a formar buenos profesionales, pero no buenos empresarios (42% de favorabilidad para CU8).

En este factor se concluye que los estudiantes del Programa de Economía consideran que la formación recibida en la universidad para este programa en particular no se orienta lo suficiente al emprendimiento y por tanto las actividades ni los espacios académicos cursados no tienen incidencia positiva en su intención emprendedora.

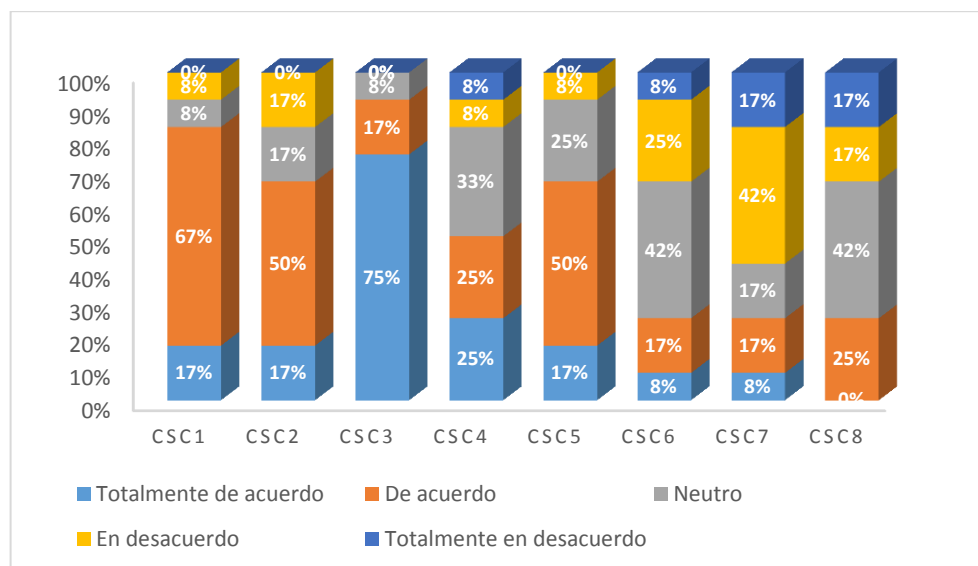
Gráfica 60. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Economía



Fuente: Esta investigación

Menos de la mitad de los encuestados consideran que sus padres los motivan a emprender o tienen dudas frente a este hecho (41% de respuestas positivas y 42% de respuestas neutrales para CF1), pero la mitad de los estudiantes de Economía afirman que sus familiares cercanos los motivan a ser empresarios (50% de respuestas positivas para CF2) y en un número igual de los casos visualizan que sus parientes son dueños de sus propios negocios (50% de respuestas positivas para CF3). Se puede concluir entonces que los familiares tienen una incidencia positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Economía, pero solamente en la mitad de los casos encuestados.

Gráfica 61. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Economía



Fuente: Esta investigación

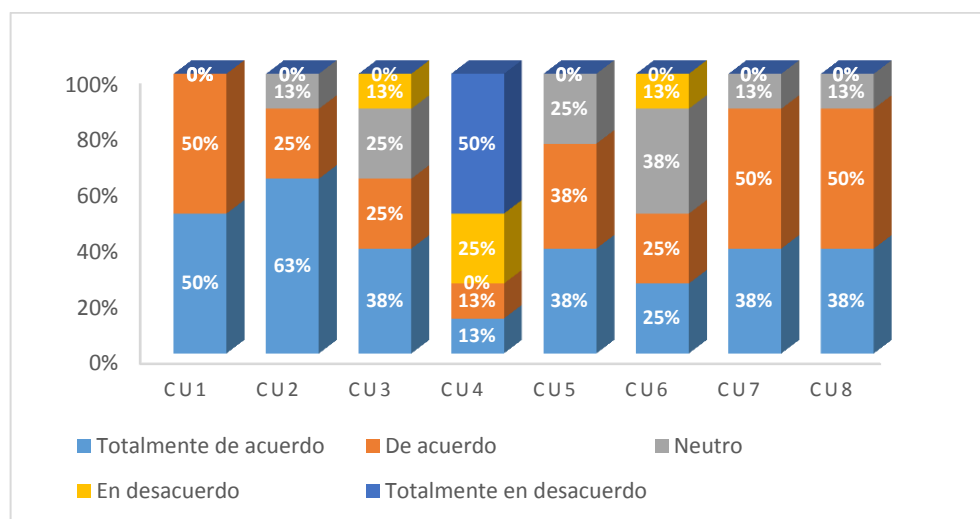
El 84% de los encuestados perciben que a sus amigos les interese emprender (50% de respuestas neutras para CSC1) y el 67% afirman que alguno de sus amigos es emprendedor activo (CSC2). Hay casi consenso (92% de respuestas favorables para CSC3) respecto a que es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado de una ajena e igualmente existe una percepción positiva en lo concerniente a que en la región se admira a los empresarios (50% de respuestas favorables para CSC4). También se considera que llegar a ser empresario puede permitir alcanzar un estatus social alto (67% de respuestas positivas para CSC5).

Solamente el 25% de los encuestados piensan que algunas creencias religiosas podrían incidir negativamente en el propósito de crear una empresa, pero un gran porcentaje tiene dudas de que esto sea del todo cierto (42% de respuestas neutras para CSC6). Únicamente el 25% de los estudiantes de Economía manifiesta tener una baja confianza en sus capacidades emprendedoras pero una gran mayoría tiene dudas (42% de respuestas neutras para CSC7). Finalmente se observa que más de la mitad de los estudiantes del programa de Economía no tienen claro que empresa crear (25% de respuestas afirmativas y 42% de respuestas neutras para CSC8).

En este ítem se concluye que los estudiantes del Programa de Economía tienen en sus amigos un referente positivo para emprender, consideran que es mejor ser dueño de su propia empresa a ser empleado, hay admiración a los empresarios regionales, se piensa que el crear empresa puede permitir alcanzar un estatus social alto, pero tienen dudas frente al tipo de empresa a crear.

7.2.3.5 Programa de Mercadeo

Gráfica 62. Factores del Contexto Universitario que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Mercadeo

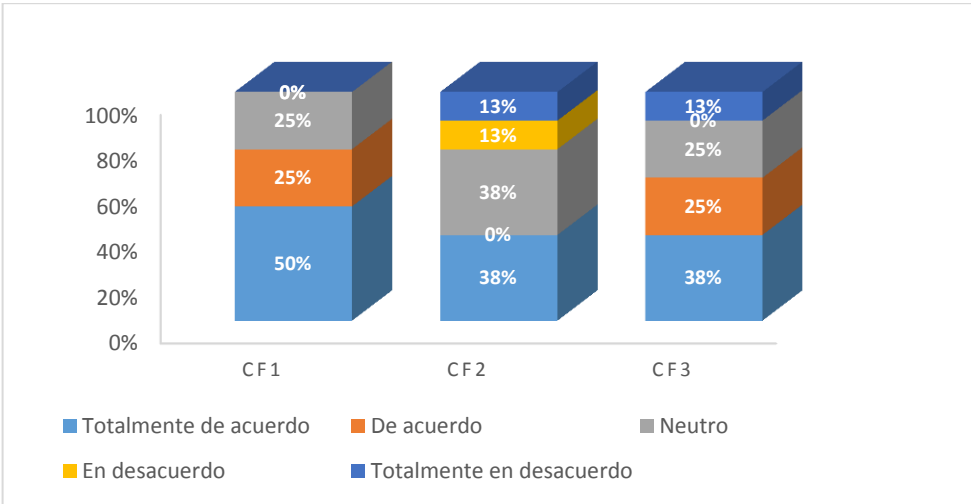


Fuente: Esta investigación

La totalidad de los encuestados del Programa de Mercadeo afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera (100% de favorabilidad para CU1), un porcentaje menor afirman asistir a un espacio electivo de emprendimiento (88% de respuestas favorables para CU2) y en el 63% de los casos han optado por aprender emprendimiento por su cuenta (CU3). Contrastando lo anterior solamente el 26% de estudiantes afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento (CU4). El 76% de los estudiantes perciben que la universidad genera un ambiente propicio para generar ideas de negocio (CU5) y el 50% consideran que sus compañeros son motivados a participar en actividades de emprendimiento (CU6). Además, se identifica que los contenidos temáticos de las materias de emprendimiento se orientan a fomentar el espíritu emprendedor (88% de respuestas favorables para CU7) así como también están de acuerdo con afirmar que la formación recibida se orienta a formar buenos profesionales más que buenos empresarios (88% de respuesta positivas para CU8).

Las respuestas anteriores permiten concluir que los estudiantes de Mercadeo han cursado en su gran mayoría espacios académicos de emprendimiento, las mismas han incidido positivamente en su intención emprendedora, perciben que existe un entorno favorable en la universidad para generar ideas de negocio, están estudiando emprendimiento por su cuenta y los estudiantes son motivados a participar en actividades relacionadas a la cultura emprendedora. Se deduce entonces que la universidad ha tenido una influencia positiva en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Mercadeo.

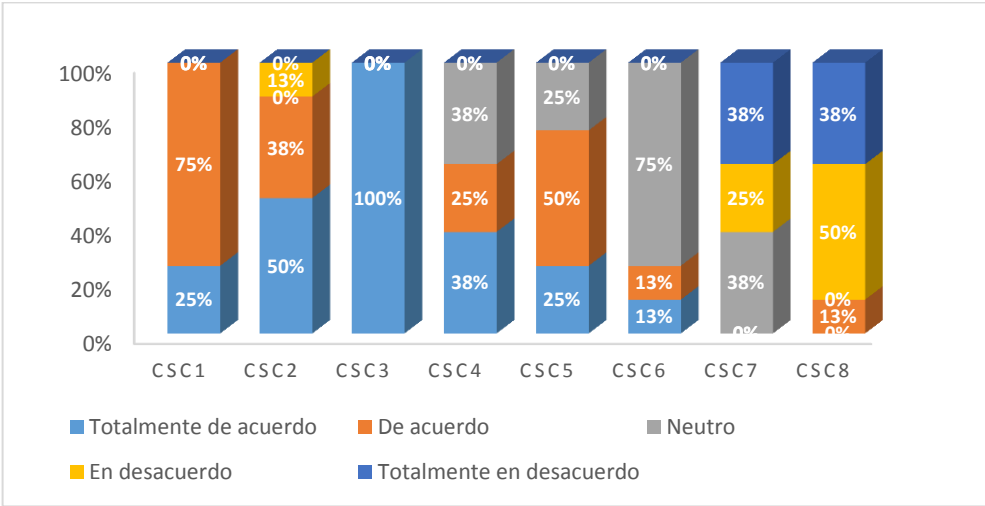
Gráfica 63. Factores del Contexto Familiar que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Mercadeo



Fuente: Esta investigación

Gran parte de los encuestados afirman que sus padres los motivan a emprender (75% de respuestas positivas para CF1), pero solamente el 38% de estudiantes de Mercadeo perciben que sus familiares cercanos los motivan a ser empresarios (CF2) y en el 63% de los casos visualizan que sus familiares son dueños de sus propios negocios (CF3). Es decir, el grupo familiar es un factor que promueve en alto grado la intención de emprender de los estudiantes de Mercadeo.

Gráfica 64. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Mercadeo



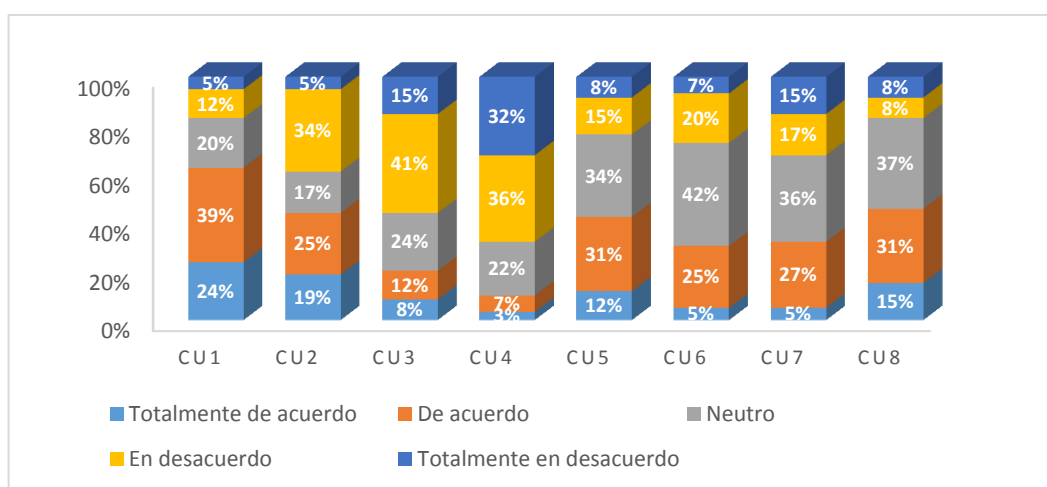
Fuente: Esta investigación

El 100% de los estudiantes de Mercadeo consideran que a sus amigos les interesa emprender (CSC1), para la siguiente afirmación respecto a si alguno de sus amigos es emprendedor activo encontramos un 88% de respuestas favorables (CSC2). La totalidad de encuestados están de acuerdo con afirmar que es mejor ser propietario de una empresa que ser empleado (100% de respuestas favorables para CSC3) y se admira a los empresarios locales en más de la mitad de los casos (63% de respuestas positivas para CSC4). También se considera que ser empresario permite alcanzar una posición social alta (75% de respuestas afirmativas para CSC5).

Con respecto a si las creencias religiosas que promueven la pobreza y castigan la riqueza podrían incidir negativamente en alguna medida en la intención emprendedora no se tiene certeza absoluta (75% de respuestas neutras para CSC6). Solamente el 38% de estudiantes del Programa de Mercadeo tienen dudas en sus capacidades emprendedoras (CSC7) así como también únicamente el 13% de encuestados no tienen del todo claro qué tipo de empresa crear (CSC8). Se ha detectado entonces que los motivadores más fuertes para emprender se relacionan con ser propietario de una empresa en vez de ser empleado, imitar la actividad emprendedora de sus amigos que son un referente próximo, se piensa que quien emprende alcanza un estatus social alto, un mejor nivel de vida y es reconocido y respetado por la sociedad.

7.2.3.6 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Gráfica 65. Factores del Contexto Universitario que influye en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

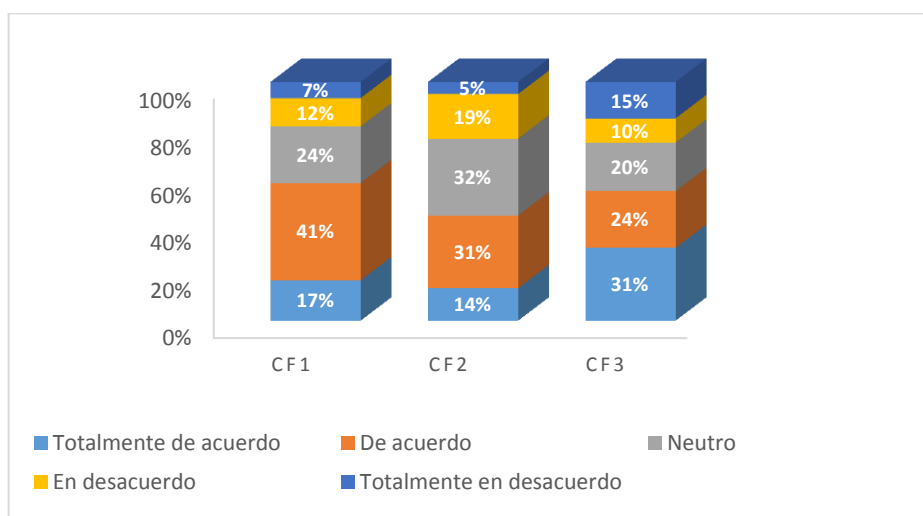


Fuente: Esta investigación

El 63% de los encuestados manifiestan haber asistido al menos a un curso de emprendimiento en su formación académica (CU1) y una cantidad menor de estudiantes asistieron por lo menos a un espacio electivo de emprendimiento (44% de respuestas positivas para CU2). Solamente una mínima parte de los estudiantes de la FACEA han tomado la iniciativa por aprender emprendimiento de forma autónoma (20% de respuestas favorables para CU3) y únicamente el 10% afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento (CU4).

El 43% de los estudiantes perciben que la universidad genera un ambiente propicio para emprender (CU5) pero solamente el 30% de encuestados perciben que, si se motiva a los estudiantes a participar en actividades de emprendimiento, pero en la mayoría existen dudas (42% de respuestas neutras para CU6). Adicionalmente no hay certeza si las materias de emprendimiento tienen incidencia en el espíritu emprendedor (32% de respuestas afirmativas y 36% de repuestas neutras para CU7) o si la formación recibida se orienta a formar buenos profesionales más que buenos empresarios (46% de respuestas positivas frente a 37% de respuestas neutras para CU8). De lo anterior se puede deducir que, aunque los estudiantes de la FACEA han cursado al menos un espacio académico de emprendimiento, al parecer la formación recibida ni las actividades de emprendimiento realizadas en la universidad no han tenido incidencia positiva en la intención emprendedora de los estudiantes.

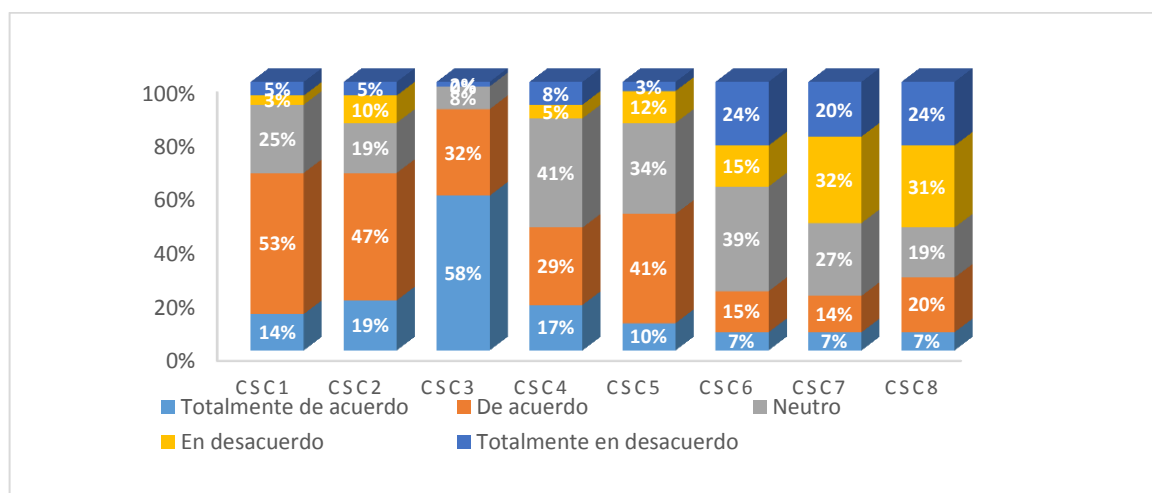
Gráfica 66. Factores del Contexto Familiar que influye en la intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de ciencias económicas y administrativas



Fuente: Esta investigación

La mayoría de los encuestados afirman que sus padres son quien los motiva a emprender y generar nuevas ideas de negocio (58% de respuestas positivas para CF1), así como también sus familiares cercanos los influencia positivamente a ser empresarios y forjarse la meta de tener un negocio propio (45% de respuestas positivas para CF2) y en el 55% de los encuestados identifican tener familiares dueños de sus propios negocios (CF3).por lo que se concluye que el contexto familiar tiene una gran influencia para la intención de emprender de los estudiantes, motivado en el orden por los padres, familiares, y las personas cercanas que han tenido la experiencia de tener su negocio propio.

Gráfica 67. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.



Fuente: Esta investigación

El 67% de los encuestados consideran que sus amigos tienen interés en emprender (CSC1), y con respecto a si alguno de sus amigos ha emprendido y tiene su propio negocio se encontró un 66% de respuestas favorables (CSC2). La mayoría de encuestados están de acuerdo que es mejor ser dueño de su propio negocio que ser empleado (90% de respuestas favorables para CSC3) pero no hay consenso cuando se interroga si en la región se admira a los empresarios (46% de respuestas favorables y 41% de respuestas negativas para CSC4).

También más de la mitad los estudiantes tienen la percepción de que ser empresario permite alcanzar una posición social alta (51% de respuestas afirmativas para CSC5) y no hay certeza si algunas creencias religiosas que promueven la pobreza y castiga la riqueza influyen en la intención emprendedora (39% de respuestas negativas y 39% de respuestas neutrales para CSC6). Analizando el potencial de capacidades de emprendimiento de los estudiantes se

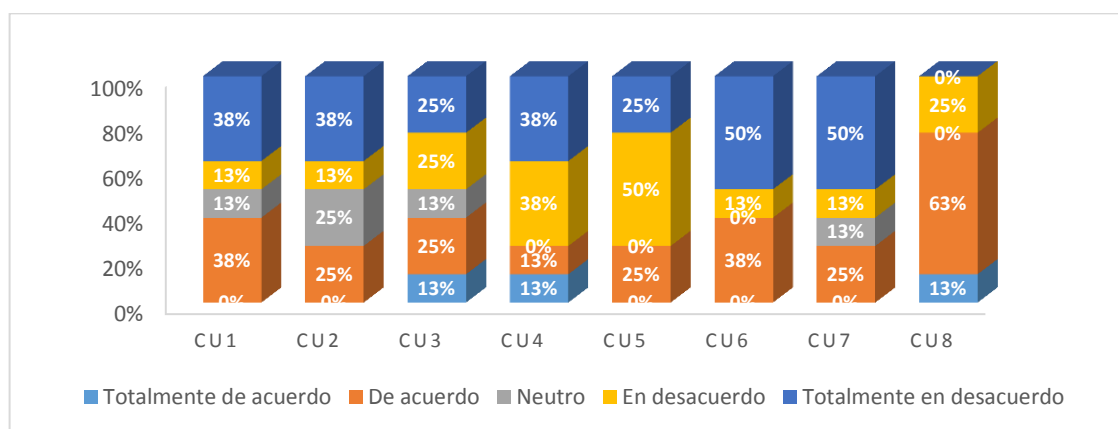
encuentra que solamente el 21% de los encuestados creen tener baja confianza en sus habilidades emprendedoras (CSC7) y el porcentaje de encuestados que no tiene claro qué tipo de empresa crear corresponde al 27% para CSC8.

Se puede deducir que los factores del contexto socio cultural de mayor influencia en la intención emprendedora de los estudiantes de la FACEA son el preferir ser dueño de su empresa que empleado de una ajena, imitar el ejemplo de alguno de sus amigos y alcanzar una alta posición social.

7.2.4 Facultad de Ciencias de la Salud

7.2.4.1 Programa de Medicina

Gráfica 68. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina

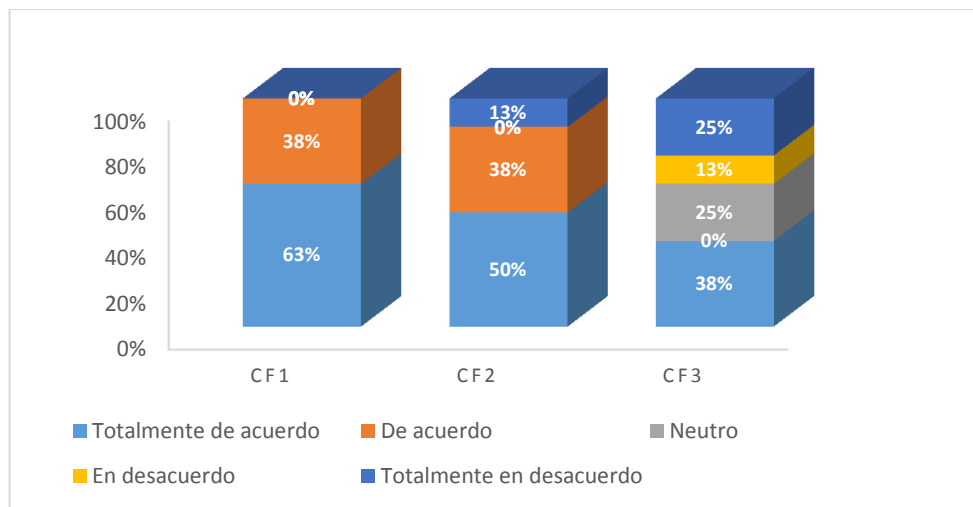


Fuente: Esta investigación

Solamente el 38% de los encuestados afirman haber asistido a un curso de emprendimiento en su carrera (CU1), de igual manera únicamente el 25% de los estudiantes de medicina afirman haber asistido a un espacio electivo de emprendimiento (25%) y algunos han optado por aprender emprendimiento por su cuenta (38% de respuestas positivas para CU3) aunque se desconoce si lo hacen en entidades formales. El 26% de los encuestados afirman no haber asistido a cursos de emprendimiento (CU4), el 75% de los estudiantes perciben que la universidad no genera un ambiente propicio para emprender (CU5) y el 63% consideran que no son suficientes los esfuerzos para involucrar a los estudiantes en actividades de emprendimiento (CU6). En igual sentido se piensa que las materias de emprendimiento no ayudan a fomentar el espíritu emprendedor (63% de respuestas negativas para CU7) y que la formación recibida se orienta a formar buenos empleados más que buenos empresarios (76% de favorabilidad para CU8).

En este factor se concluye que la formación recibida en la universidad para este programa en particular no se orienta al emprendimiento y por tanto las cátedras ni los espacios académicos generados no tienen incidencia en la intención emprendedora.

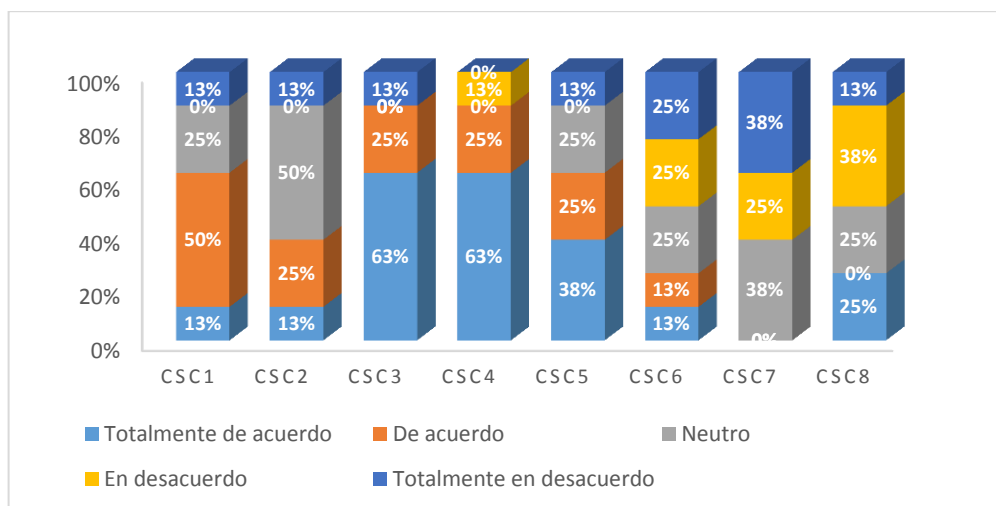
Gráfica 69. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina



Fuente: Esta investigación

La totalidad de los encuestados de medicina afirman que sus padres los motivan a emprender (100% de respuestas favorables para CF1), en el mismo orden el 88% de los estudiantes de medicina consideran que sus familiares también los motivan a ser empresarios (CF2) aunque solamente en el 38% de los casos visualicen que sus parientes son dueños de sus propios negocios (CF3). Es decir, la familia es un agente que incide en alto grado en la intención emprendedora de los estudiantes de medicina.

Gráfica 70. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina



Fuente: Esta investigación

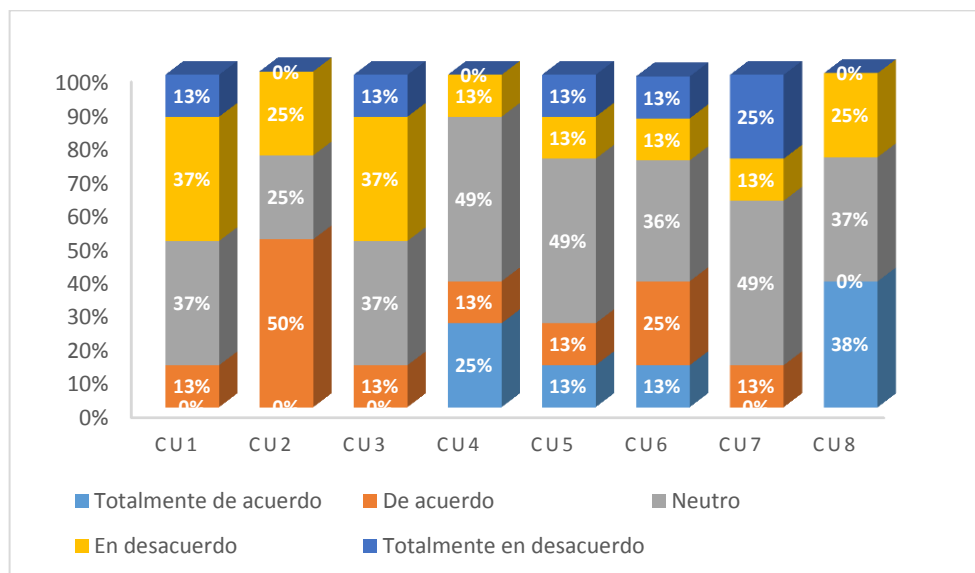
El 63% de los estudiantes de medicina consideran que a sus amigos les interesa emprender (CSC1), pero se contrasta con el 38% de respuestas positivas respecto a si alguno de sus amigos o conocidos es emprendedor activo (CSC2). Hay casi consenso (88% para CSC3) respecto a que es mejor ser dueño de su propia empresa a empleado y se admira a los empresarios regionales (88% de respuestas favorables para CSC4). También se considera que llegar a ser empresario permite alcanzar un estatus social alto (63% de respuestas positivas para CSC5).

La afirmación respecto a que existen creencias religiosas que promueven una vida austera no se considera relevante en la mayoría de los casos (50% de respuestas negativas y 25% de respuestas neutras para CSC6). Solamente en el 38% de los casos se manifiesta duda respecto a la confianza en sus capacidades emprendedoras (CSC7) y de igual manera un bajo número de estudiantes (25% de respuestas positivas para CSC8) no tienen claro que empresa crear o tienen duda al respecto (25% de respuestas neutras para CSC8). De este apartado se deduce que los estudiantes de medicina en su mayoría consideran que es mejor ser dueño de su propia empresa y no ser empleado, hay admiración a los empresarios regionales, se piensa que el crear empresa puede permitir alcanzar un estatus social alto y se tiene confianza en sus capacidades emprendedoras.

7.2.5 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

7.2.5.1 Programa de Biología

Gráfica 71. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Biología



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Biología manifiesta que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (37% de respuestas mantienen una posición neutra y 37% negativa), la cual se valora desde dos aspectos, uno desde la perspectiva de asistencia el cual es coherente con el resultado puesto que no tiene asignaturas establecidas dentro del pensum enfocadas exclusivamente al emprendimiento y el otro que no es un factor determinante de la intención emprendedora, sin embargo, no se le puede dar una validez plena, como se mencionó anteriormente los estudiantes no han vivido la experiencia de tener asignaturas de emprendimiento obligatorias que los lleva a concluir por ello se tiene como mayor grado de relevancia la neutralidad.

En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (50% de respuestas son positivas, 25% neutral y 25% negativa) se evidencia que si lo ven como un aspecto importante dentro intención emprendedora y esto podría llevar a creer y teniendo en cuenta los resultados del CU1 que los cursos en la universidad sobre emprendimiento deben ser libres para que sólo acudan aquellos estudiantes que se vean atraídos. Con respecto así estudian un programa específico de

emprendimiento por su cuenta, el CU3 (37% de respuestas mantienen una posición neutra y 37% negativa) está muy relacionado con el CU1, un porcentaje significativo parece que no lo hace y por ello más bien se mantiene neutros al creer que este es un factor determinante en la intención emprendedora y aquellos que lo ven como negativo puede ser que no han vivido la experiencia, por ello, los dos aspectos más relevantes que se evidencian en el gráfico no son concluyentes.

En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (49% de respuestas mantienen una posición neutra) se puede destacar que no lo han hecho y, esto debido a que la universidad no tiene implementado en todos los programas una cátedra de emprendimiento, tampoco a través de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad lo están haciendo, se puede ver que existen coherencia con los otros factores evaluados y tal vez por ello no hay un criterio claro y concluyente frente así esto influye en la intención emprendedora. Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (49% de respuestas son neutrales y 26% negativas) mantienen una posición neutral y más bien un porcentaje significativo no lo ven como un espacio inspirador, esto se puede corroborar porque no se tiene una cultura emprendedora y tampoco experiencias relevantes que se conozcan a nivel académico que motiven.

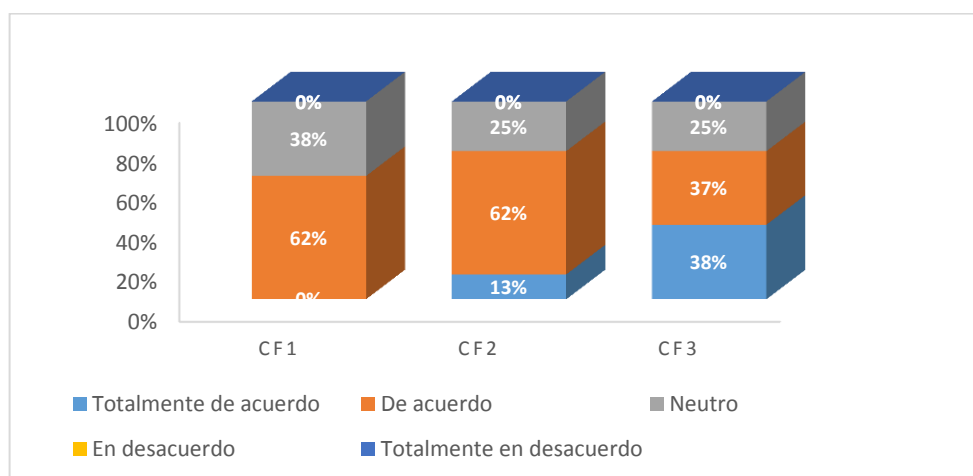
En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (36% de respuestas son neutrales y 38% positivas) se puede decir con respecto a los resultados que el involucrar a los estudiantes en actividades emprendedoras puede ayudar a desarrollar esa intención de emprender, puede ser porque se ven involucrados en los procesos que hace que les despierte interés.

En referencia a que si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (49% de respuestas son neutrales) hay una manifestación por algunos encuestados en que las materias de emprendimiento motivan a crear empresas, pero se debe tener en cuenta que en el programa de Biología dentro de su pensum académico no cuentan con ellas, tal vez por esto se mantiene una alta neutralidad y más bien no se podría concluir que este factor pueda o no incidir en la intención emprendedora.

En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (37% de respuestas son neutrales, 38% positivas y 25 negativas) mantiene una neutralidad, aunque un porcentaje significativo ve que la formación también tiene un enfoque empresarial, pese a que es una carrera muy técnica y que la profesión se desarrolla en instituciones muy específicas y, por tanto, este puede ser un factor para desarrollar la intención emprendedora.

En conclusión, frente a estos factores se tiene que el programa de Biología carece de asignaturas y espacios donde se aborde el emprendimiento desde un enfoque de formación y puesta en práctica, además que la formación recibida en la Universidad no es percibida como determinante en la intención emprendedora, en muchos de los aspectos muestran neutralidad frente al tema, creyendo que no hay claridad y también se evalúa negativamente en otros.

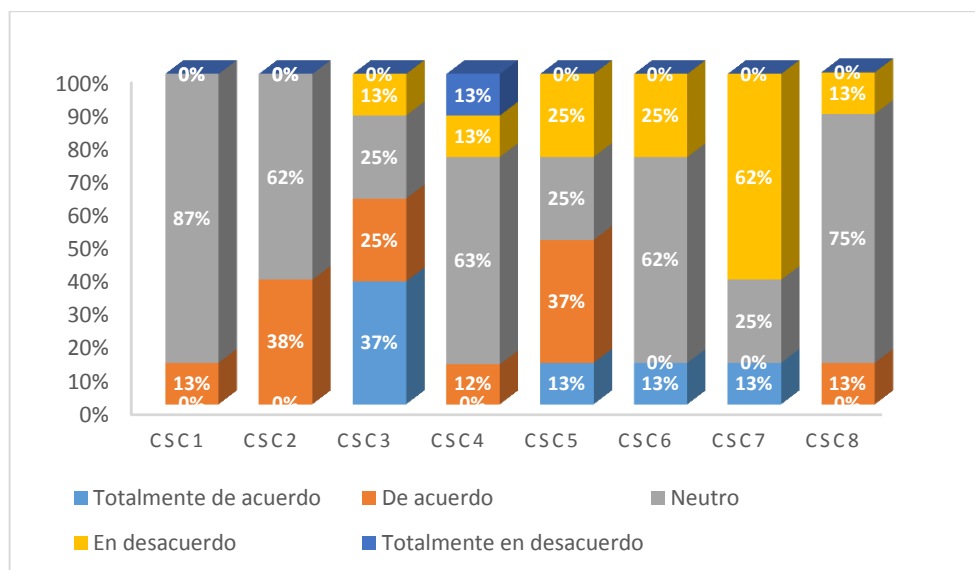
Gráfica 72. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Biología



Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (62% de respuestas son positivas y el 38 son neutrales) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutral, tal vez porque no han tenido un acercamiento a la experiencia. De igual forma se puede ver en el CF2 (75% de respuestas son positivas y el 25 son neutrales) que la familia es motivadora a la hora de emprender, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (75% de respuestas son positivas y el 25 son neutrales) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno. En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Biología, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 73. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Biología



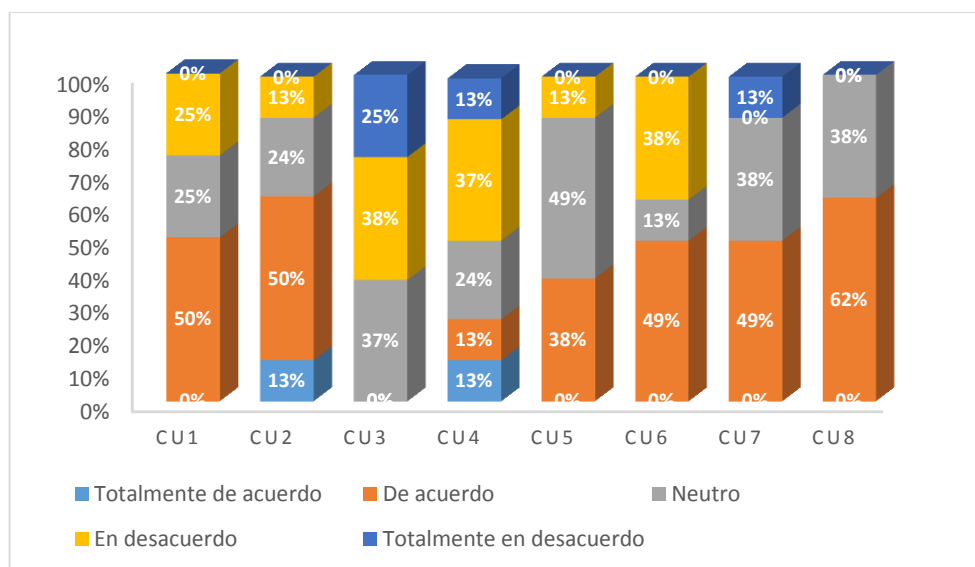
Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (87% de respuestas son neutrales) de acuerdo al resultado que se muestre se puede inferir que tal vez porque no han tenido espacios dentro de su formación profesional en emprendimiento no se ha generado la discusión sobre si tiene interés en emprender, por ello la respuesta es neutra; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (62% de respuestas son neutrales y un 37% positivas) se puede ver que si tienen amigos emprendedores; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena, en el CSC3 (62% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (63% de respuestas son neutrales) se puede inferir que ellos desconocen del tema y por ello ni afirman, pero tampoco descalifican; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (50% de respuestas son positivas, el 25% neutras y el 25% negativas), consideran la mayoría que el ser empresario puede llegar a dar un estatus, que en un momento puede convertirse esto en un motivante para emprender; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC 6 (62% de respuestas son neutras y el 25% negativas) se destaca que hablar de religión es un tema donde prefieren mantener su neutralidad y otros desaprobaban lo planteado en el interrogante; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades.

Emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (62% de respuestas son negativas) se ve que los estudiantes no poseen esa baja confianza y que esto no es determinante en la intención de emprender y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (75% de respuestas son neutras) se vislumbra que debido a la poca información y formación sobre emprendimiento que se pudo constatar en las anteriores variables analizadas, aún no hay claridad sobre que desearían emprender. En síntesis, en cuando a los estudiantes del programa de Biología no hay un significativo número de variables que permitan deducir que el factor contexto social y empresarial tiene relevancia en la intención emprendedora, es estas tan solo la CSC3 y CSC5 muestra un resultado positivo, es decir los motiva tener su propia empresa y el estatus que da ser empresario.

7.2.5.2 Programa de Química

Gráfica 74. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Química



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Química manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (50% de respuestas son positivas, 25% neutras y 25% negativas), esto quiere decir que si han tenido contacto con asignaturas que tienen que ver con el emprendimiento. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (63% de respuestas son positivas, 24%

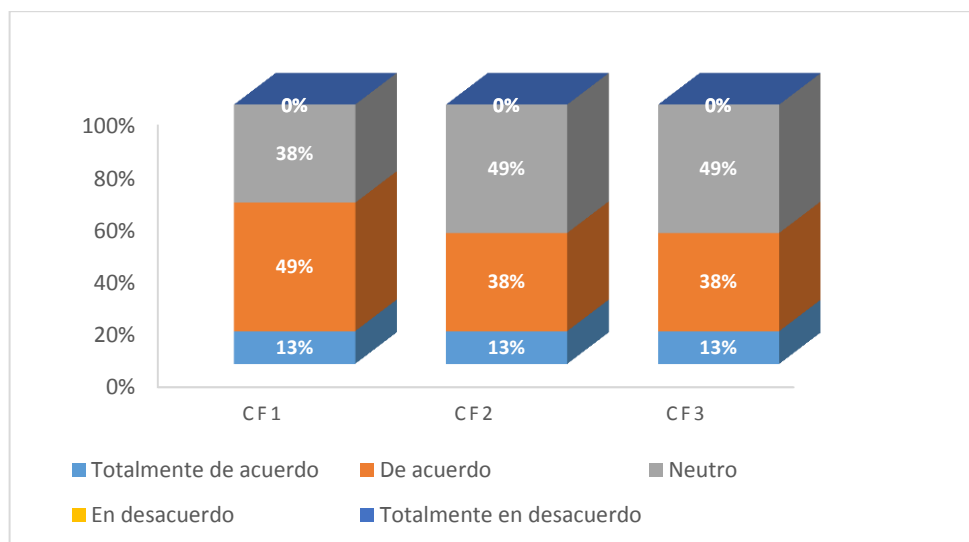
neutral) se evidencia que si lo han hecho y que además lo consideran importante dentro intensidad emprendedora. Con respecto así estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (37% de respuestas mantienen una posición neutra y 38% negativa) esto podría llegar a demostrar que asisten a éste tipo de formación si es de carácter obligatorio o tal vez no lo hacen por falta de oferta en lo que respecta formación en emprendimiento por parte de la universidad. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (47% de respuestas mantienen una posición negativa) se puede destacar que hay una contradicción frente a CU1 y Cu2, o lo relacionan con la variable del CU3.

Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (49% de respuestas son neutrales y 38% positiva) aunque la mayoría mantiene una posición neutra, un porcentaje significativo si ven a la universidad como un lugar inspirador, esto puede darse debido a que han tenido contacto en alguna oportunidad con elementos referentes al emprendimiento. En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (38% de respuestas son negativas y 49% positivas), se puede decir con respecto a los resultados que el involucrar a los estudiantes en actividades emprendedoras puede ayudar a desarrollar esa intención de emprender, puede ser porque se ven involucrados en los procesos que hace que les despierte interés.

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (38% de respuestas son neutrales y 49% positivas) hay una manifestación por algunos encuestados en que las materias de emprendimiento motivan a crear empresas, esto es por el contacto que han tenido algunos. En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (38% de respuestas son neutrales, 62% positivas) un porcentaje significativo ve que la formación también tiene un enfoque empresarial, pese a que es una carrera muy técnica y que la profesión se desarrolla en instituciones muy específicas, se está buscando inculcar la intención de crear empresa, lo que se desconoce es bajo que metodología los están haciendo.

En conclusión, frente a estos factores se tiene que el programa de Química y está abordando el emprendimiento o la creación de empresas y además estos espacios académicos sean obligatorios o voluntarios si inciden en la intención emprendedora.

Gráfica 75. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Química

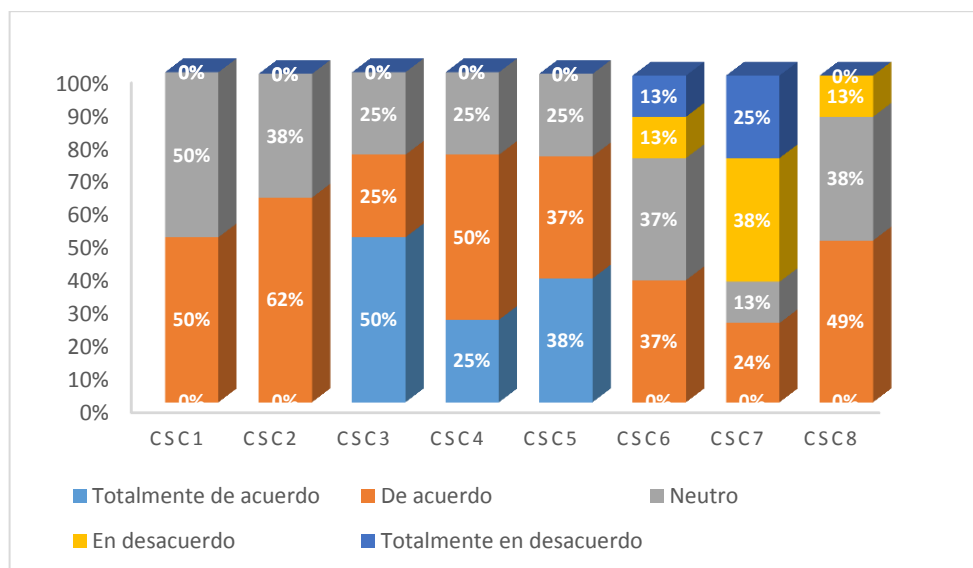


Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (62% de respuestas son positivas y el 38 son neutrales) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora, aunque algunos muestran una posición neutral, tal vez porque no han tenido un acercamiento a la experiencia. De igual forma se puede ver en el CF2 (51% de respuestas son positivas y el 49% son neutrales) que la familia es motivadora a la hora de emprender, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (61% de respuestas son positivas y el 49% son neutrales) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Química, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 76. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Química



Fuente: Esta investigación

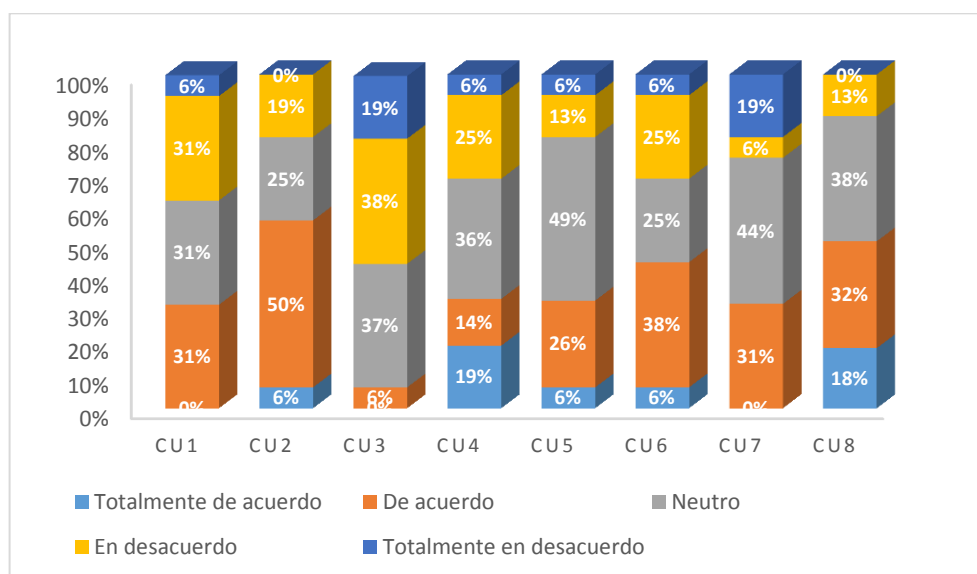
En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (50% de respuestas son neutrales y 50% positivas) de acuerdo al resultado que se muestre se puede inferir que tal vez porque no han tenido espacios de acercamiento para hablar del tema y por ello un 50% ni afirman pero tampoco niegan la intención de emprender; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (38% de respuestas son neutrales y un 62% positivas) se puede ver que si tienen amigos emprendedores; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.

En el CSC3 (75% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (75% de respuestas son positivas) se puede inferir que ellos conocen del tema y por ello lo afirman; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (75% de respuestas son positivas y el 25% neutras), consideran la mayoría que el ser empresario puede llegar a dar un estatus, que en un momento puede convertirse esto en un motivante para emprender; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza.

En el CSC 6 (37% de respuestas son neutras y el 37 positivas) se destaca que hablar de religión es un tema donde prefieren mantener su neutralidad y otros aprueban lo planteado en el interrogante; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intensión de emprender, en el CSC 7 (38% de respuestas son negativas) se ve que los estudiantes no poseen esa baja confianza y que esto no es determinante en la intensión de emprender y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (38% de respuestas son neutras y 49% positivas) se vislumbra que una gran mayoría tiene claro la intensión de emprender otros por su parte guardan mesura porque aún no se han decidido en que rol van a desempeñar como profesionales. En síntesis, pese a que en la mayoría de variables hay un porcentaje considerable que guarda neutralidad frente a cada uno de los temas, también es significativo frente a la posición del contexto social y cultural como elemento que potencia la intensión emprendedora.

7.2.5.3 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

Gráfica 77. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales



Fuente: Esta investigación

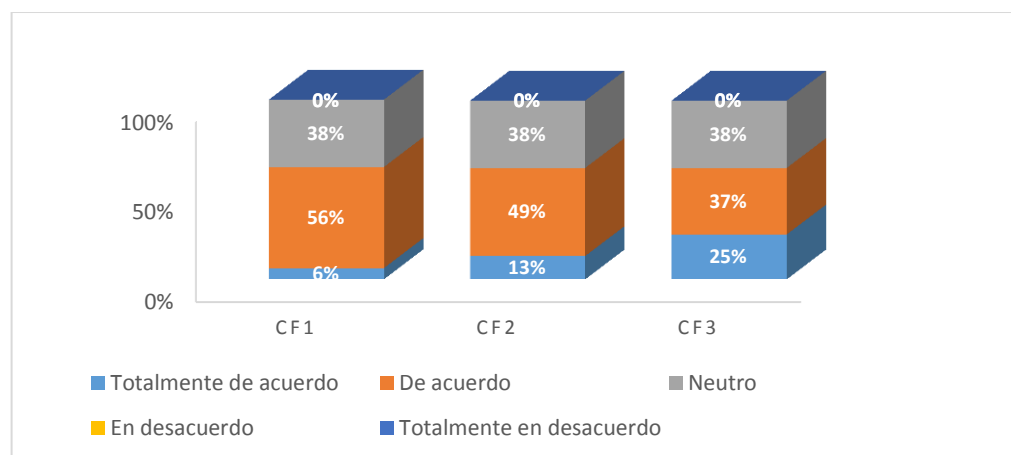
En lo que concierne a las variables evaluadas en este apartado se tiene que: los estudiantes de Facultad de Ciencias Exactas y Naturales manifiestan que hay aspectos que inciden en la intensión emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (31% de respuestas son positivas, 31% neutras y 31%

negativas), se mantiene una posición dividida. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (56% de respuestas son positivas) quiere decir que si lo han hecho. Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (57% de las respuestas son negativas y 37% neutras) la mayoría no asiste de forma personal a algún programa en formación en emprendimiento. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (36% de respuestas son neutras, 31 negativas y 33% positivas), se puede notar que existe un leve interés, otros por el contrario no opinan con respecto al tema.

Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (49% de respuestas son neutras) la mayoría prefieren no opinar frente al tema. En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (44% de respuestas son positivas). En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (44% de respuestas son neutras) no opinan del tema. En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (50% de respuestas son positivas y 38% neutras) ven con positivismo frente a que la universidad si proporciona los conocimientos para emprender, sin embargo, un grupo significativo prefiere no opinar.

En conclusión, frente a estos factores en algunas variables no están de acuerdo frente a su incidencia, pero también existe en todas las variables una posición neutral, es decir, no quieren opinar del tema, esto ayuda a ver que las variables no son decisorias al momento de tener una intención emprendedora.

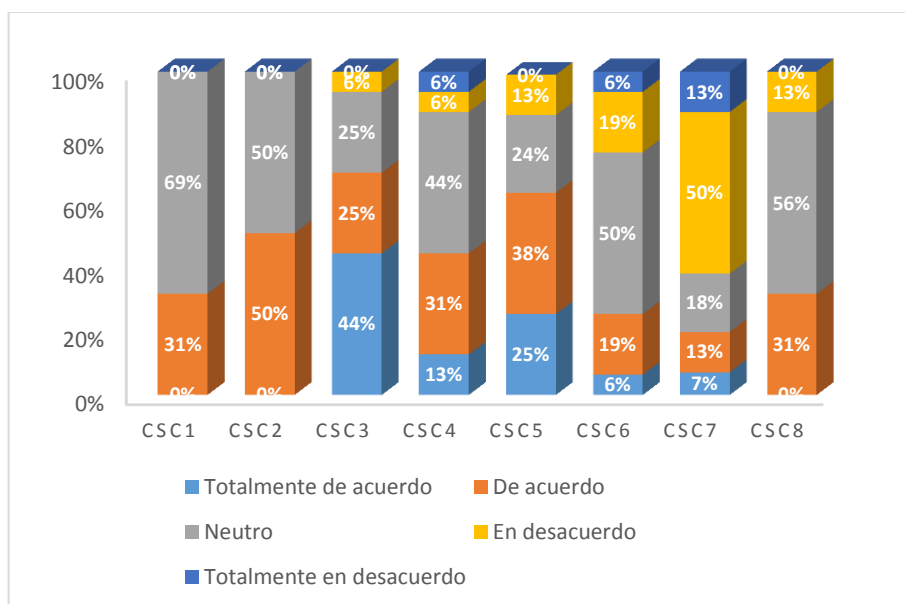
Gráfica 78. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.



Fuente: Esta investigación

Estas variables están relacionadas al ámbito familiar, frente a ello se tiene que: si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (62% de respuestas son positivas y 38% neutras) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora, sin embargo, un porcentaje significativo prefiere no opinar del tema. De igual forma se puede ver en el CF2 (62% de respuestas son positivas y 38% neutras) mantienen la misma posición que la anterior, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (62% de respuestas son positivas y 38% neutras) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno. En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 79. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales.



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (69% de respuestas neutras) la mayoría prefieren no opinar; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (50% de respuestas son positivas y 50% neutras) se mantiene una posición de no opinar, pero la otra mita si conocen, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata

de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena, en el CSC3 (69% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas.

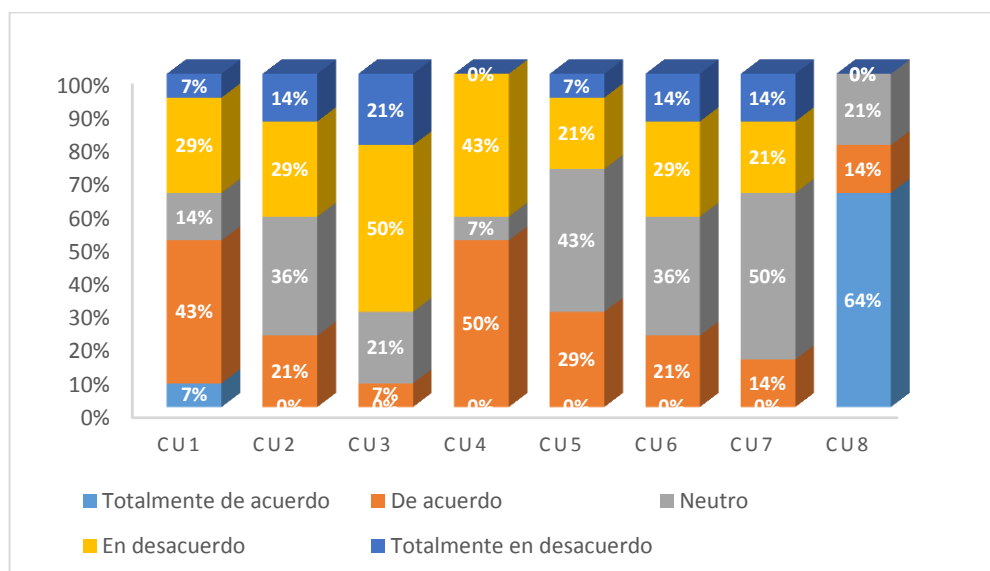
En el CSC4 (44% de respuestas son positivas y 44% neutras) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento, aunque la mayoría se abstiene de opinar; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (63% de respuestas son positivas) creen que si da estatus; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC 6 (50% de respuestas neutras) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además algunos no están de acuerdo que sea de esa manera; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (63% de respuestas son negativas) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora, y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (56% de respuestas son neutras) prefieren no opinar sobre el tema.

Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales son determinantes para la intención emprendedora, sin embargo, la neutralidad o la falta de opinión frente al tema se ve en todas y con gran participación, por tanto, este grupo de variables no son concluyentes para incidir en la intención emprendedora.

7.2.6. Facultad de Ciencias Humanas

7.2.6.1 Programa de Psicología

Gráfica 80. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Psicología



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Psicología manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (50% de respuestas son positivas y 36% negativas), es decir, han tenido contacto con asignaturas que tienen que ver con el emprendimiento. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (21% de respuestas son positivas, 36% neutral y 43% negativas) esto puede suceder porque dentro de su malla curricular no existen ese tipo de cátedras.

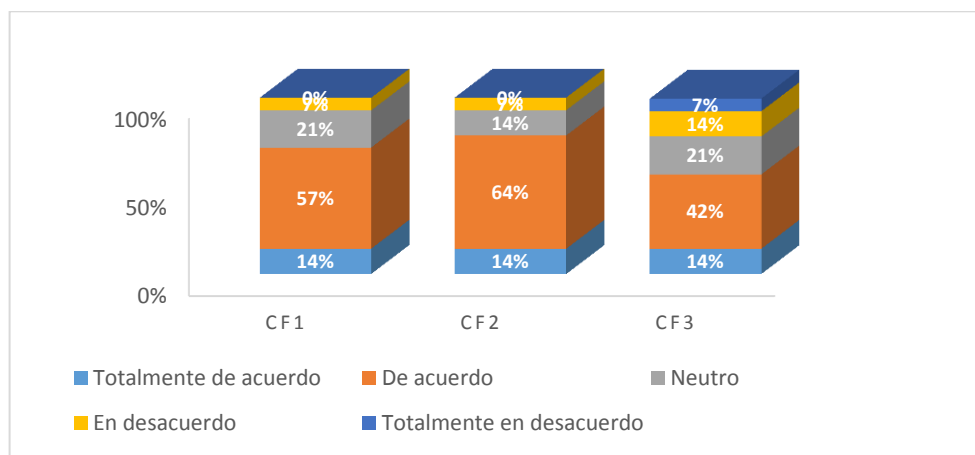
Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (71% de respuestas son negativa y un 21% neutras) como no tienen acercamiento a cátedras que tengan que ver con emprendimiento, no ha despertado ese interés en buscar de manera particular, y es que tampoco la universidad brinda ese tipo de espacios. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (50% de respuestas son positivas y 43% negativas), aunque no existe mucha coherencia con la CU3, se denota que, si hay interés, aunque no se podría saber qué tipo de experiencia tuvieron los estudiantes que lo hicieron.

Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (43% de respuestas son neutrales, 29% positiva y 28% negativas) aunque la mayoría mantiene una posición neutral, un porcentaje significativo si ven a la universidad como un lugar inspirador, esto puede darse debido a que han tenido contacto con factores del emprendimiento. En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (43% de respuestas son negativas y 36% neutras) esto es porque dentro de algunos programas y como es el caso de psicología no se tiene el emprendimiento dentro de sus materias de formación y tampoco la universidad oferta cursos que estén direccionados a ello.

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (50% de respuestas son neutrales y 21% negativas) está apreciación puede estas sustentada dado que ellos no ven materias que tengan que ver con emprendimiento. En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (78% de respuestas son positivas) aunque no necesariamente se hable de emprendimiento, en psicología algunos si los perfilan para trabajar de manera independiente y esto lo perciben como una formación para ser empresarios.

En conclusión, frente a estos factores mantiene una posición neutral, pero también de gran relevancia la negativa, frente a que no han tenido contacto con el emprendimiento, puesto que el programa no lo contempla dentro de sus materias y tampoco la universidad brinda espacios para ello, esto puede ser un factor decisorio a la hora de tener un intensión emprendedor, puesto que, si no se conoce, no puedes opinar y tampoco involucrarte.

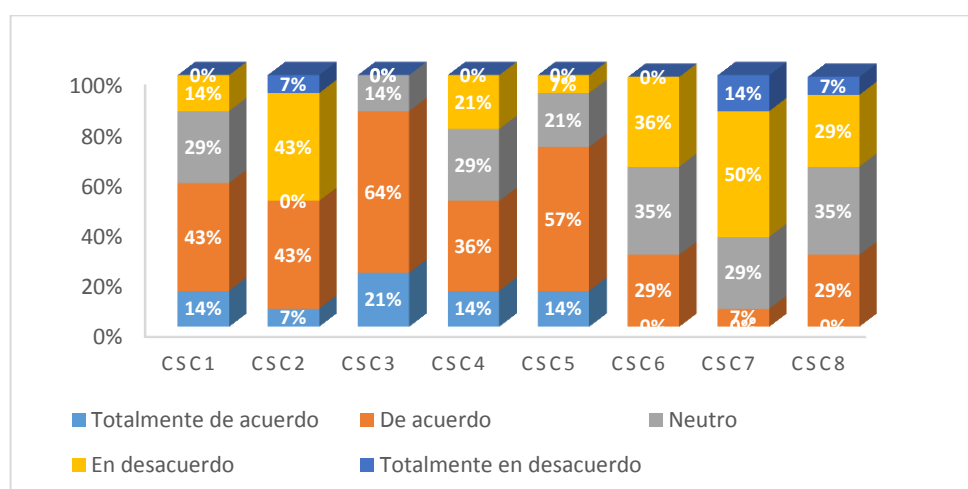
Gráfica 81. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Psicología



Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (71% de respuestas son positivas y el 22 son neutrales) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora. De igual forma se puede ver en el CF2 (79% de respuestas son positivas) que la familia es motivadora a la hora de emprender, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (58% de respuestas son positivas y el 21% son neutrales) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno. En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Psicología, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 82. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Psicología



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (29% de respuestas son neutrales y 57% positivas) existe intereses en querer emprender y además es un tema que lo comunican entre sí; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (50% de respuestas son positivas un 43% negativas) lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena, en el CSC3 (85% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño se su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas.

En el CSC4 (50% de respuestas son positivas) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (71% de respuestas son positivas), consideran la mayoría que el ser empresario puede llegar a dar un estatus, si se lo ve desde la parte emocional en un momento puede convertirse esto en un motivante para emprender; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC 6 (35% de respuestas son neutras, el 36% negativas y 29% positivas) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además tampoco validan que eso sea de esa manera; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender.

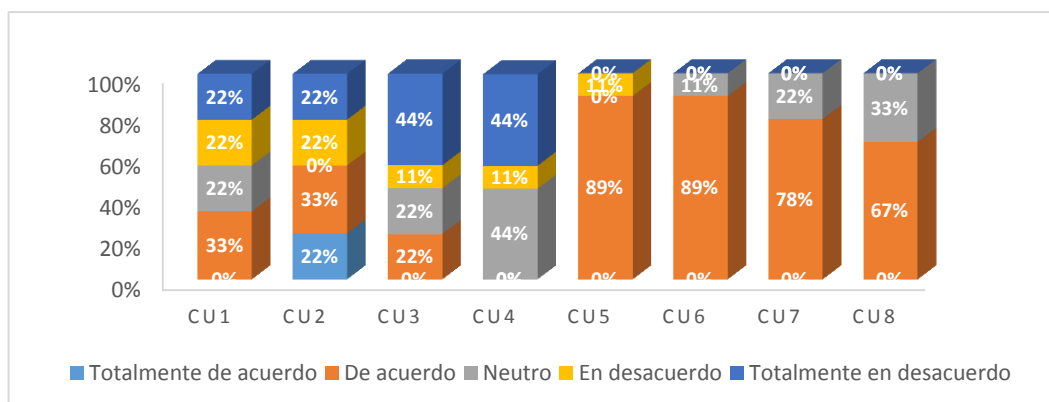
En el CSC7 (64% de respuestas son negativas y 29 neutras) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (35% de respuestas son neutras, 36% negativas y 29% positivas) no tienen claridad frente a qué empresa llegar a tener en un futuro, por ello muestran neutralidad en la repuesta y otros responden negativamente.

Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de Psicología se convierten en determinantes para la intención emprendedora, otras por su parte son neutrales y no se las ve con tanta fuerza de injerencia.

7.2.7 Facultad de Ciencias Pecuarias

7.2.7.1 Programa de ingeniería en Producción Acuícola

Gráfica 83. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Ingeniería en Producción Acuícola manifiestan que hay aspectos que inciden en la intensión emprendedora del contexto universitario.

Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (44% de respuestas son negativas, 34% positivas y 22% neutras) es decir, unos pocos han tenido contacto con asignaturas que tienen que ver con el emprendimiento. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (56% de respuestas son positivas y 44% negativas) esto puede suceder porque dentro de su malla curricular no existen ese tipo de cátedras o son aquellos que no les interesa el emprendimiento.

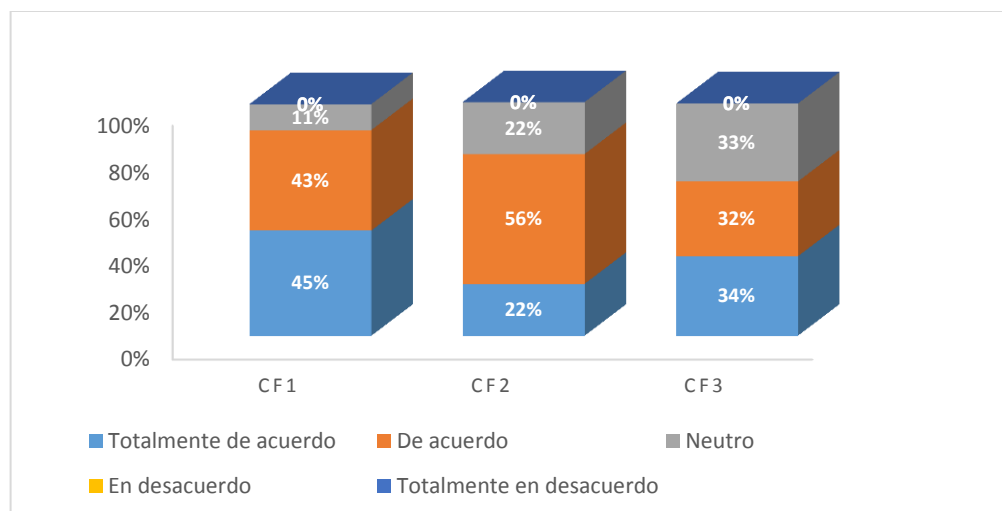
Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (55% de respuestas son negativas, 23% positivas y 22% neutras) como no tienen acercamiento a cátedras que tengan que ver con emprendimiento que sean obligatorias o electivas, no ha despertado ese interés en buscar de manera particular ampliar esos conocimientos, y es que tampoco la universidad brinda ese tipo de espacios, por ello un porcentaje reducido lo está haciendo, esto tal vez porque desean emprender. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (55% de respuestas son negativas y 45% neutras) si puede ver que, si han asistido a cursos, otros prefieren no manifestarse.

Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (89% de respuestas son positivas) ésta variable se considera determinante frente a este grupo para su intensión emprendedora.

En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (89% de respuestas son positivas) esto es porque dentro de algunos programas y como es el caso de Ingeniería en Producción Acuícola se esté fomentando la creación de empresa. En referencia a que si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (78% de respuestas son positivas) y si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (67% de respuestas son positivas) aunque no necesariamente se hable de emprendimiento, en Ingeniería en Producción Acuícola algunos si los perfilan para trabajar de manera independiente y esto lo perciben como una formación para ser empresarios.

En conclusión, frente a estos factores mantiene una posición frente a que los espacios, materias, formación va direccionada a incentivar la creación de empresa, la percepción que tienen es bastante positiva y estos elementos se consideran necesarios y relevantes dentro del programa al momento de tener una intensión emprendedora.

Gráfica 84. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola

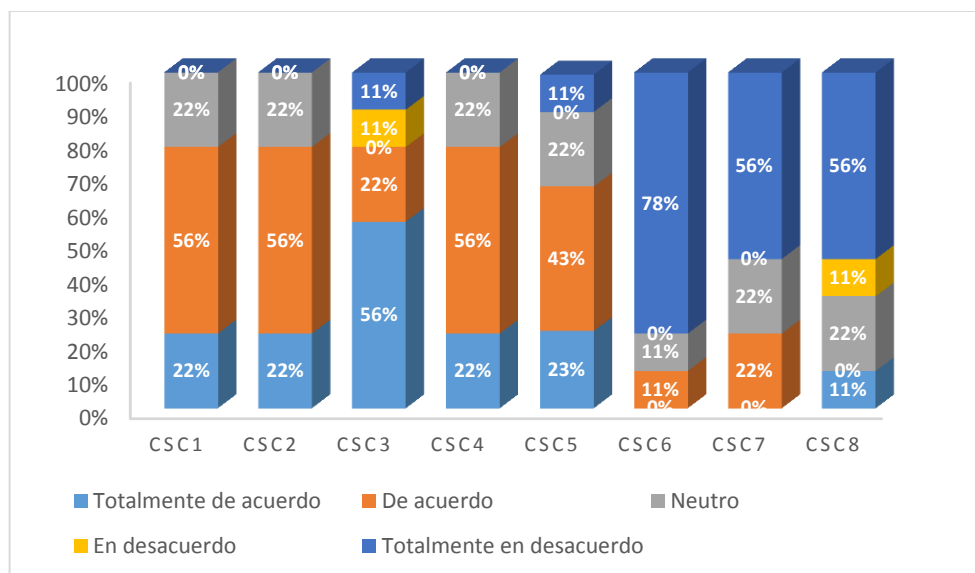


Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (89% de respuestas son positivas) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora. De igual forma se puede ver en el CF2 (78% de respuestas son positivas) que la familia es motivadora a la hora de emprender, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (67% de respuestas son positivas y el 33% neutrales) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Ingeniería en Producción Acuícola, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 85. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (78% de respuestas son positivas) existe intereses en querer emprender y además es un tema que lo comunican entre sí; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (78% de respuestas son positivas) es importante porque lo tienen referenciado y además reconocen ese espíritu emprendedor que tienen sus compañeros, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.

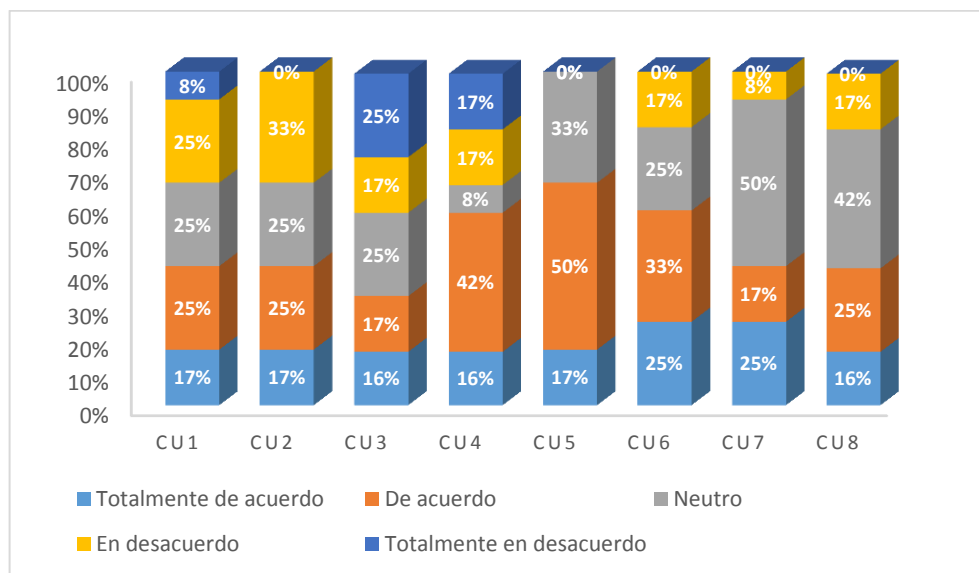
En el CSC3 (78% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (78% de respuestas son positivas) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC5 (78% de respuestas son negativas), consideran la mayoría que el ser empresario no puede llegar a dar un estatus; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC 6 (56% de respuestas son negativas, el 22% neutrales y 22% positivas) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, pero si niegan que la religión lleve a generar una creencia de

castigo a los ricos y de promover la pobreza; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender.

En el CSC7 (56% de respuestas son negativas) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (67% de respuestas son negativas) no tienen claridad frente a qué empresa llegar a tener en un futuro, por ello muestran neutralidad en la repuesta y otros responden negativamente. Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, la mayoría de variables para los estudiantes de Ingeniería en Producción Acuícola se convierten en determinantes para la intención emprendedora.

7.2.7.2 Programa de Medicina Veterinaria

Gráfica 86. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria



Fuente: Esta investigación

Ahora, con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Medicina Veterinaria manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (42% de respuestas son positivas, 33% negativas y 25% neutras) hay una postura dividida, algunos si han asistido más no se puede comprobar es que tan interesante ha sido para ellos.

En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (42% de respuestas son positivas, 33% negativas y 25% neutras) mantiene una relación igual a la CU1 en porcentaje y análisis. Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (42% de respuestas son negativas, 33% positivas y 25% neutras) como en las anteriores variables se ve que han asistido a cátedras de formación en emprendimiento tanto como obligatorias y electiva pareciera ser que, si cuentan, aunque una gran mayoría no lo considera así. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (34% de respuestas son negativas y 58% positivas) algunos continúan por su cuenta, los demás parece no tener interés en hacerlo de acuerdo al porcentaje en la gráfica, por ello no asisten a cursos por cuenta propia.

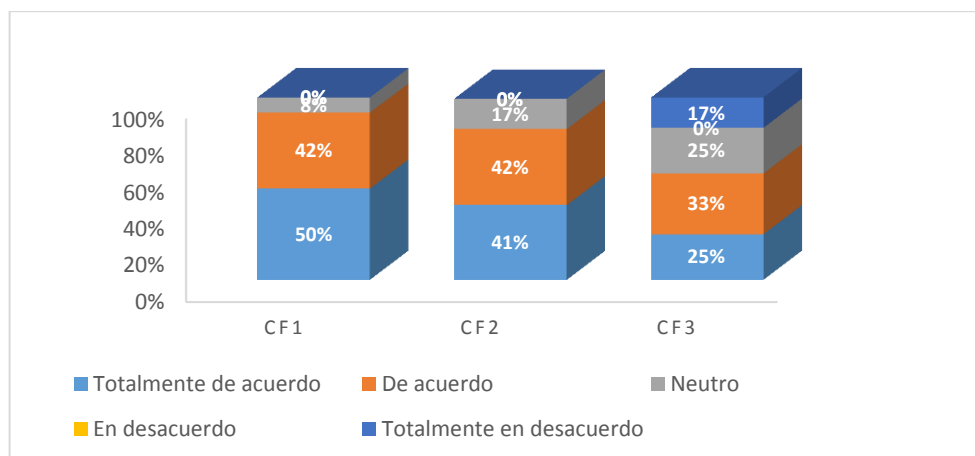
Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (67% de respuestas son positivas y 33% neutras) ésta variable se considera determinante frente a este grupo para su intensión emprendedora.

En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (58% de respuestas son positivas) esto es porque dentro de algunos programas y como es el caso de Medicina Veterinaria se esté fomentando la creación de empresa.

En referencia a que si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (42% de respuestas son positivas y 50% neutras) y si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (41% de respuestas son positivas y 42 neutras) aunque no necesariamente se hable de emprendimiento, en Medicina Veterinaria algunos si los perfilan para trabajar de manera independiente y esto lo perciben como una formación para ser empresarios, otros frente a estas dos últimas variables prefieren no opinar.

En conclusión, frente a estos factores mantiene una posición frente a que los espacios, materias, formación va direccionada a incentivar la creación de empresa, la percepción que tienen es bastante positiva y estos elementos se consideran necesarios y relevantes dentro del programa al momento de tener una intensión emprendedora.

Gráfica 87. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria



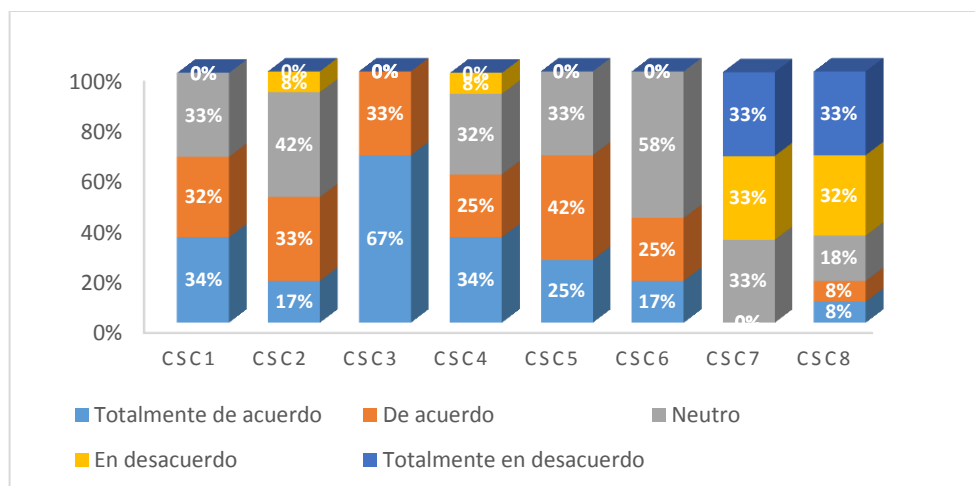
Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (92% de respuestas son positivas) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora.

De igual forma se puede ver en el CF2 (82% de respuestas son positivas) que la familia es motivadora a la hora de emprender, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (53% de respuestas son positivas y el 25% neutrales) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Medicina Veterinaria, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 88. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria



Fuente: **Esta investigación**

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (67% de respuestas son positivas y 33% neutras) existe intereses en querer emprender y además es un tema que lo comunican entre sí; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (50% de respuestas son positivas y 42 neutras) es importante porque lo tienen referenciado y además reconocen ese espíritu emprendedor que tienen sus compañeros, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.

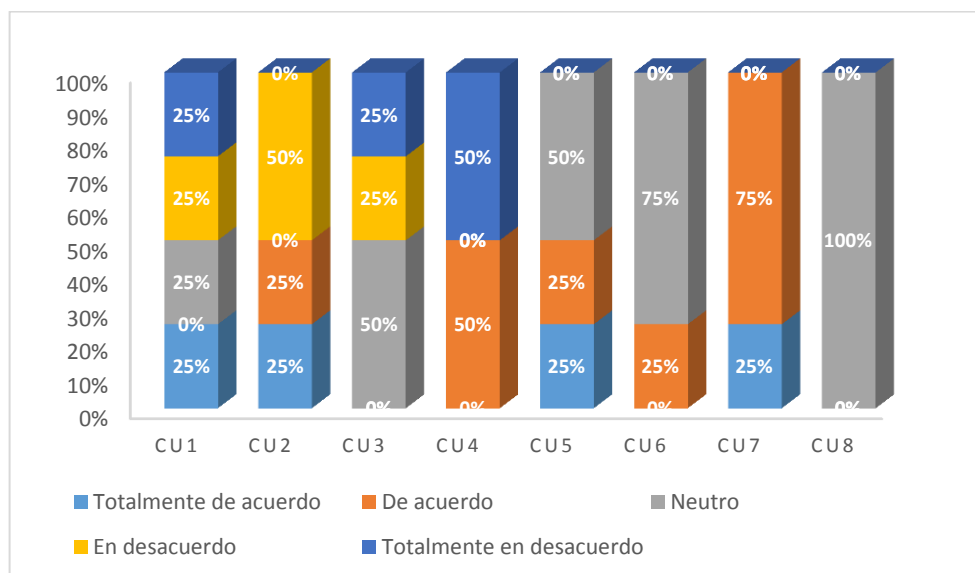
En el CSC3 (100% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño se su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (59% de respuestas son positivas y 33% neutras) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (67% de respuestas son positivas y 33 neutras), consideran la mayoría que el ser empresario puede llegar a dar un estatus; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza.

En el CSC6 (58% de respuestas neutrales y 42% positivas) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, pero otro número significativo afirmar que la religión lleve a generar una creencia de castigo a los ricos y de promover la pobreza; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en

sus capacidades emprendedoras incide en la intensión de emprender, en el CSC 7 (66% de respuestas son negativas y 34% neutras) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intensión emprendedora y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (66% de respuestas son negativas) tienen claridad frente a qué empresa llegar a tener en un futuro. Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, la mayoría de variables para los estudiantes de Medicina Veterinaria se convierten en determinantes para la intensión emprendedora.

7.2.7.3 Programa de Zootecnia

Gráfica 89. Factores del Contexto Universitario que influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Zootecnia



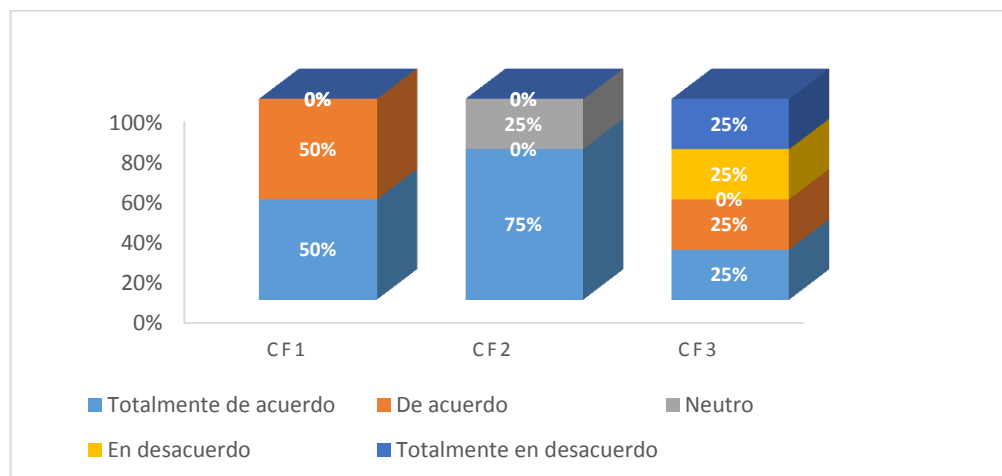
Fuente: Esta investigación

Ahora, con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Zootecnia manifiestan que hay aspectos que inciden en la intensión emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (25% de respuestas son positivas, 50% negativas y 25% neutras) hay una postura dividida entre aquellos que manifiestan que han asistido a cursos y los que deciden no opinar, sin embargo, la mayoría manifiesta no haberlo hecho. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (50% de respuestas son positivas y 50% negativas) mantiene una postura dividida.

Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (50% de respuestas son neutras, 25% negativas y 25% positivas) la gran mayoría prefiere no opinar, mientras que la otra mitad mantienen una postura dividida entre los que estudian algo específico en emprendimiento y los que no. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (50% de respuestas son negativas y 50% positivas) se mantiene dividida la opinión entre aquellos que continúan por su cuenta, los demás parece no tener interés en hacerlo de acuerdo al porcentaje en la gráfica, por ello no asisten a cursos. Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (50% de respuestas son neutras y 50% positivas) ésta variable se considera determinante frente a este grupo para su intención emprendedora.

En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (75% de respuestas son neutras) posiblemente por no tener los suficientes elementos de juicio deciden no opinar. Con referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (100% de respuestas son positivas) esta variable la ven como determinante a la hora de tener una intención emprendedora y si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (100% de respuestas son neutras) prefieren no opinar sobre el tema. En conclusión, frente a estos factores mantiene una posición frente a que los espacios, materias, formación va direccionada a incentivar la creación de empresa, la percepción que tienen es bastante positiva y estos elementos se consideran necesarios y relevantes dentro del programa al momento de tener una intención emprendedora.

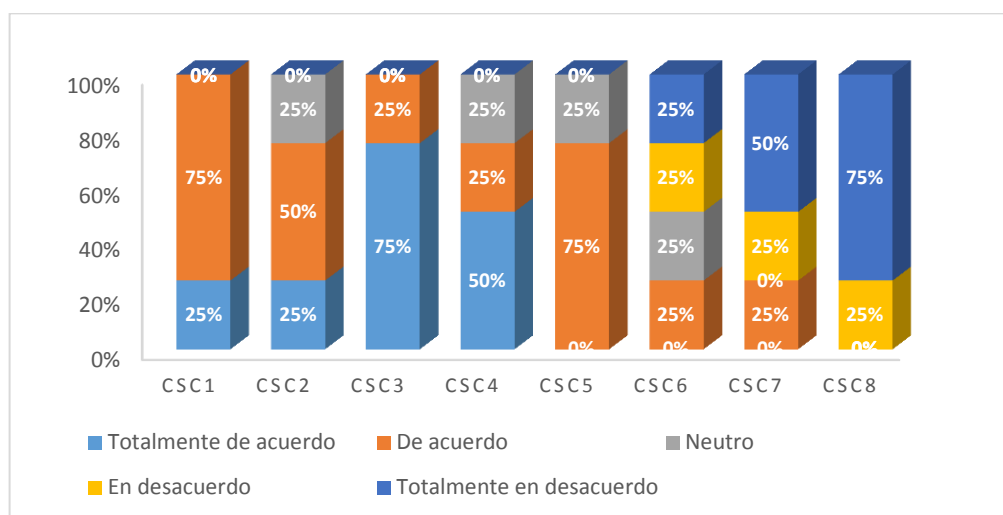
Gráfica 90. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Zootecnia



Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (100% de respuestas son positivas) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora. De igual forma se puede ver en el CF2 (75% de respuestas son positivas) que la familia es motivadora a la hora de emprender, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (50% de respuestas son positivas y el 50% negativas) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno. En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Zootecnia, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 91. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Zootecnia



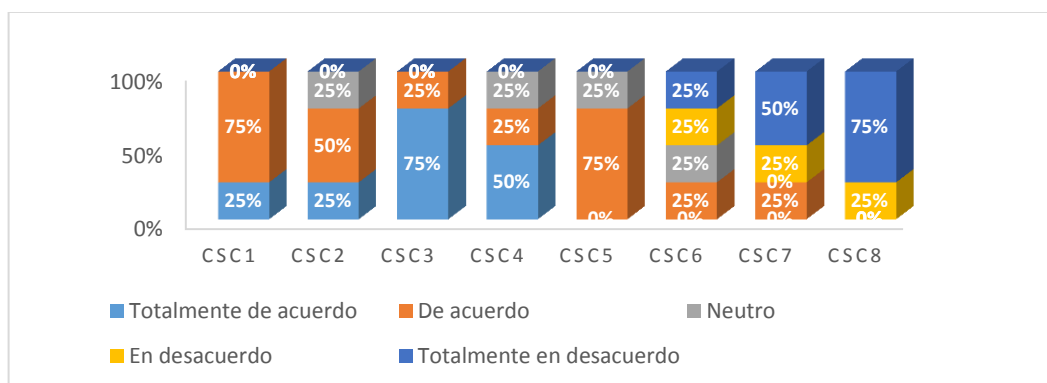
Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (100% de respuestas son positivas) existe intereses en querer emprender y además es un tema que lo comunican entre sí; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (75% de respuestas son positivas y 25 neutras) es importante porque lo tienen referenciado y además reconocen ese espíritu emprendedor; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena, en el CSC3 (100% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño se su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas.

En el CSC4 (75% de respuestas son positivas y 25% neutras) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (75% de respuestas son positivas y 25% neutras), consideran la mayoría que el ser empresario puede llegar a dar un estatus; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC 6 (25% de respuestas neutras, 25% positivas y 50% negativas) aprueban que el factor religión no influye de la manera que se plantea en el interrogante; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (75% de respuestas son negativas y 25% positivas) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (100% de respuestas son negativas) esto quiere decir que tienen plena claridad frente a qué empresa llegar a tener en un futuro. Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, la mayoría de variables para los estudiantes de Zootecnia se convierten en determinantes para la intención emprendedora.

7.2.7.4 Facultad de Ciencias Pecuarias

Gráfica 92. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Zootecnia



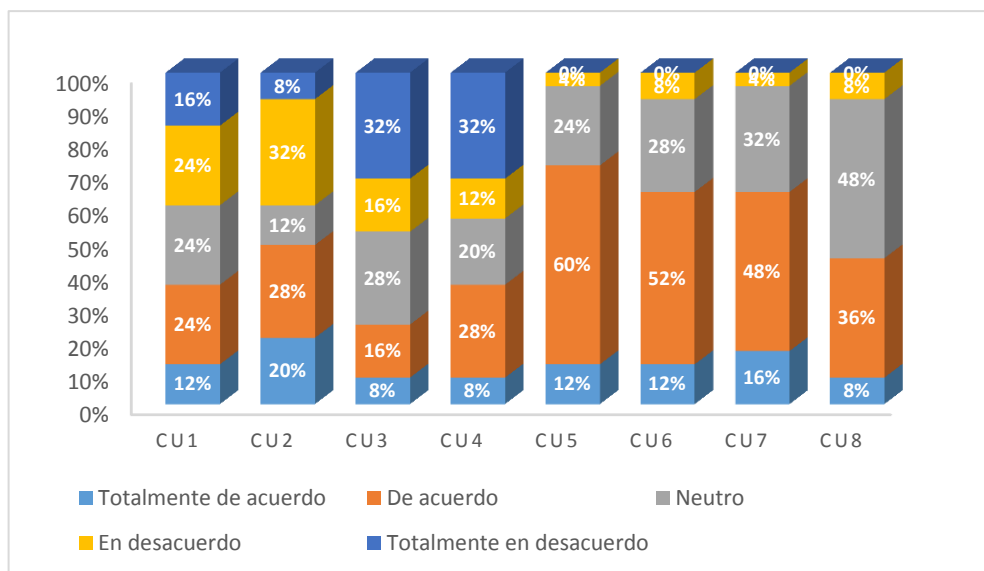
Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que, si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (100% de respuestas son positivas) existe intereses en querer emprender y además es un tema que lo comunican entre sí; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (75% de respuestas son positivas y 25% neutras) es importante porque lo tienen referenciado y además reconocen ese espíritu emprendedor.

En lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena, en el CSC3 (100% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (75% de respuestas son positivas y 25% neutras) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (75% de respuestas son positivas y 25% neutras), consideran la mayoría que el ser empresario puede llegar a dar un estatus.

En si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC6 (25% de respuestas neutrales, 25% positivas y 50% negativas) aprueban que el factor religión no influye de la manera que se plantea en el interrogante; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (75% de respuestas son negativas y 25% positivas) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora y por último en si tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (100% de respuestas son negativas) esto quiere decir que tienen plena claridad frente a qué empresa llegar a tener en un futuro. Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, la mayoría de variables para los estudiantes de Zootecnia se convierten en determinantes para la intención emprendedora.

Gráfica 93. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Pecuarias



Fuente: Esta investigación

En lo que concierne a las variables evaluadas en este apartado se tiene que: los estudiantes de Facultad de Ciencias Pecuarias manifiestan que hay aspectos que inciden en la intensión emprendedora del contexto universitario.

Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (36% de respuestas son positivas, 24% neutras y 40% negativas), se mantiene una posición dividida. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento el comportamiento se mantiene una posición dividida frente a que avalan y rechazan lo planteado, en el CU2 (48% de respuestas son positivas, 40 negativas).

Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (48% de las respuestas son negativas y 28% neutras) la mayoría no asiste de forma personal a algún programa en formación en emprendimiento.

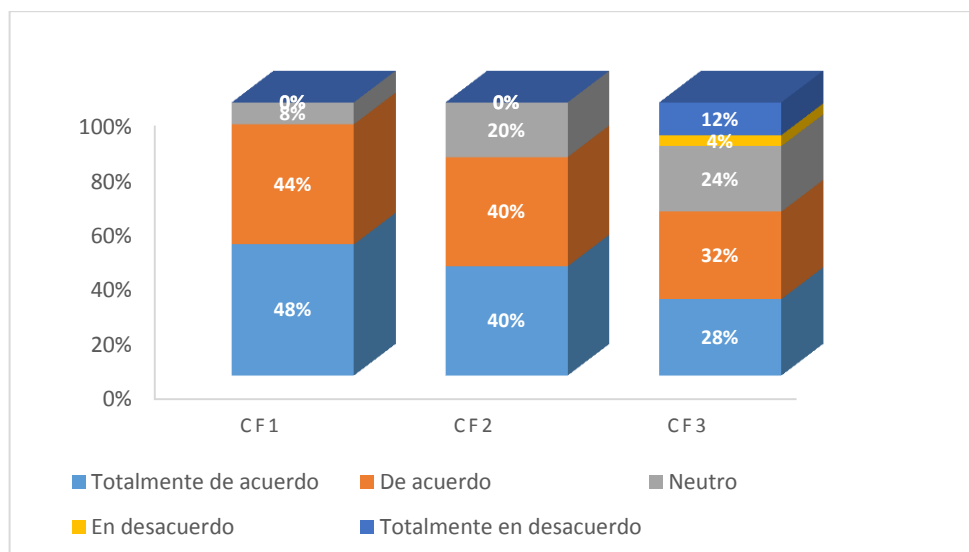
En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (44% de respuestas son negativas y 32% positivas), se puede notar que existe un leve interés, otros por el contrario no lo tienen. Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (49% de respuestas son neutras) la mayoría prefieren no opinar frente al tema. En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (44% de respuestas son positivas).

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (44% de respuestas son neutrales) no opinan del tema.

En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (50% de respuestas son positivas y 38% neutrales) ven con positivismo frente a que la universidad si proporciona los conocimientos para emprender, sin embargo, un grupo significativo prefiere no opinar.

En conclusión, frente a estos factores en algunas variables no están de acuerdo frente a su incidencia, pero también existe en todas las variables una posición neutral, es decir, no quieren opinar del tema, esto ayuda a ver que las variables no son decisorias al momento de tener una intensión emprendedora.

Gráfica 94. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Pecuarias



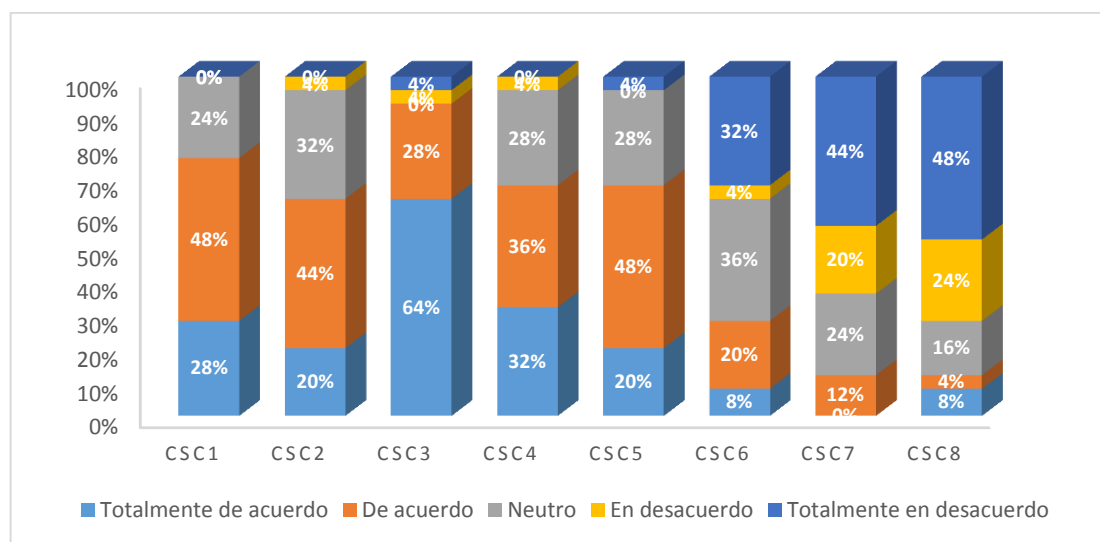
Fuente: Esta investigación

Estas variables están relacionadas al ámbito familiar, frente a ello se tiene que: si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (92% de respuestas son positivas y 38% neutras) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora, sin embargo, un porcentaje significativo prefiere no opinar del tema.

De igual forma se puede ver en el CF2 (80% de respuestas son positivas y 38% neutras) mantienen la misma posición que la anterior, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (60% de respuestas son positivas y 24% neutras) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 95. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Pecuarias



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que, si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (76% de respuestas positivas) la mayoría avala lo planteado; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (64% de respuestas son positivas y 32% neutras) se mantiene una posición de no opinar, pero la gran mayoría si conocen, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales.

En lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena, en el CSC3 (96% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño se su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (68% de respuestas son positivas y 28% neutras) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento, aunque la mayoría se abstiene de opinar; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC5 (68% de respuestas son positivas) creen que si da estatus.

En si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC 6 (36% de respuestas neutras y 36% negativas) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además algunos no están de acuerdo que sea de esa manera; en lo que tiene que ver con si la baja

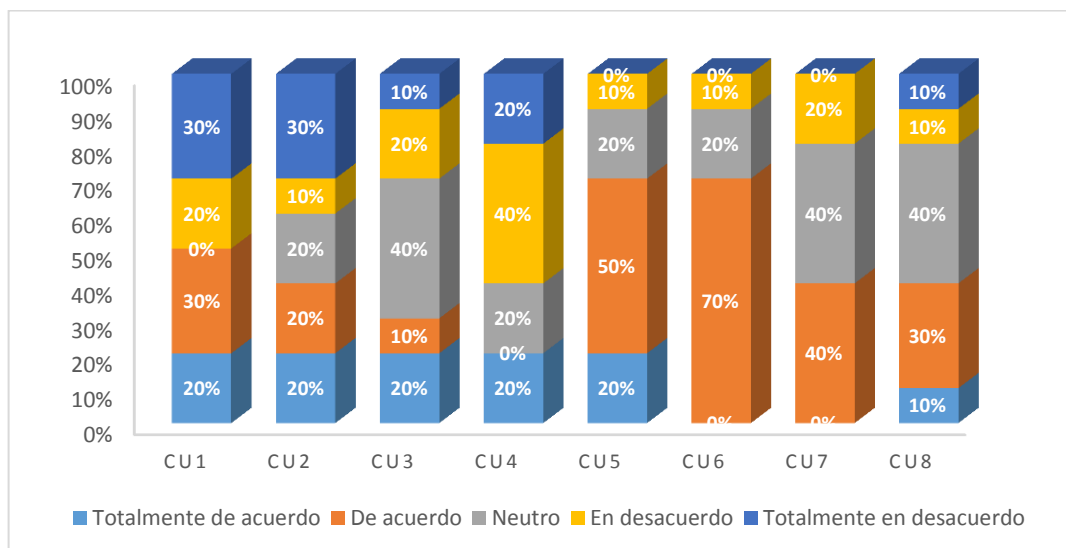
confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (64% de respuestas son negativas) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora, y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (72% de respuestas son negativas) aún no tienen claro en que emprender.

Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Pecuarias son determinantes para la intención emprendedora, por tanto, este grupo de variables son concluyentes para incidir en la intención emprendedora.

7.2.8. Facultad de Ingeniería

7.2.8.1 Programa de Ingeniería Electrónica

Gráfica 96. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Ingeniería Electrónica manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (50% de respuestas son positivas y 50% negativas), es decir, la mita ha tenido contacto con asignaturas que tienen que ver con el emprendimiento y la otra no.

En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (40% de respuestas son positivas, 20% neutral y 40% negativas) está muy relacionada a la anterior, solo que algunos mantienen una postura neutral.

Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (40% de las respuestas son neutras, 30% negativas y 30% positivas) la mayoría no opina del tema, mientras tanto la otra parte se divide entre los que asisten y los que. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (60% de respuestas son positivas), se puede notar que si hay interés y por ello asisten a esos espacios de emprendimiento.

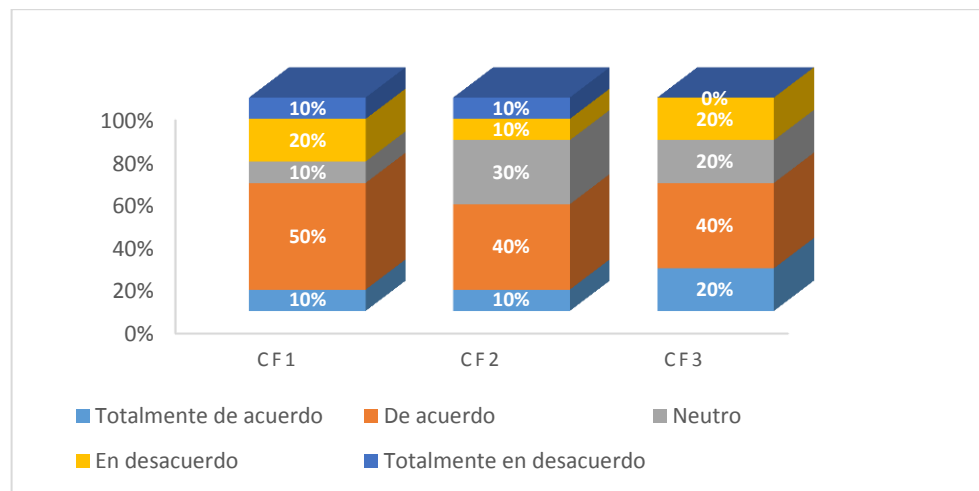
Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (70% de respuestas son positivas) la mayoría está de acuerdo con esta afirmación y ven a la universidad como un lugar inspirador, esto puede darse debido a que han tenido contacto con factores del emprendimiento. En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (70% de respuestas son positivas) esto es porque dentro de algunos programas abordan el emprendimiento y han tenido acceso a dichos conocimientos.

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (40% de respuestas son neutras y 40% positivas) si ven que las materias o temáticas vistas en emprendimiento los motive, aunque un gran porcentaje prefiere no referirse al tema.

En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (40% de respuestas son positivas y 40% neutras) se mantiene la misma tendencia de la CU7, en Ingeniería Electrónica algunos si los perfilan para trabajar de manera independiente y esto lo perciben como una formación para ser empresarios.

En conclusión, frente a estos factores en algunas variables están de acuerdo frente a su incidencia, pero también existe una posición neutral, sin embargo, si se nota que muchas son un factor decisorio a la hora de tener una intención emprendedora, y esto es tal vez por el acercamiento que han tenido con el emprendimiento.

Gráfica 97. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica



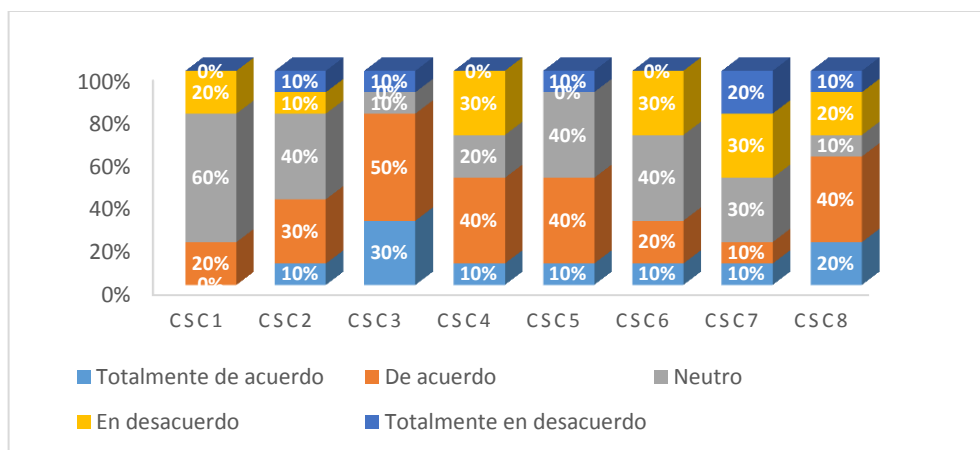
Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (60% de respuestas son positivas) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora.

De igual forma se puede ver en el CF2 (50% de respuestas son positivas y 30% neutras) que la familia es motivadora a la hora de emprender, aunque otros prefieren no opinar, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (60% de respuestas son positivas) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Ingeniería Electrónica, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 98. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (60% de respuestas son neutras, 20% negativas y 20% positivas) la mayoría prefiere no opinar, mientras que los demás se dividen entre aquellos que están de acuerdo y los que no; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (40% de respuestas son positivas y 40% neutras) se mantiene una posición de no opinar, otros si conocen, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales.

En lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena, en el CSC3 (80% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (50% de respuestas son positivas) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC5 (50% de respuestas son positivas y 40% neutras), consideran la mayoría que el ser empresario puede llegar a dar un estatus, si se lo ve desde la parte emocional en un momento puede convertirse esto en un motivante para emprender, otros prefieren no opinar.

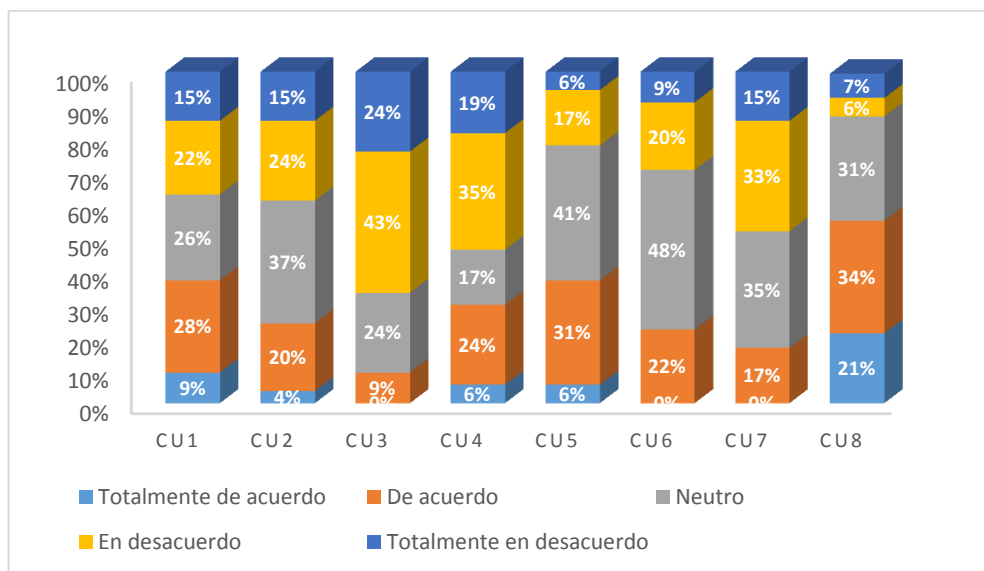
En si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC 6 (40% de respuestas son neutras, el 30% negativas y 30% positivas) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además algunos validan la postura y otros no están de acuerdo que sea de esa

manera; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (50% de respuestas son negativas y 30 neutras) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora, pero también una mayoría prefiere no opinar y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (60% de respuestas son positivas y 30%) la mayoría si tiene claro sobre qué tipo de empresa tendría en el futuro, otra parte no tienen claridad frente a qué empresa llegar a tener.

Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de Ingeniería Electrónica se convierten en determinantes para la intención emprendedora, sin embargo, la neutralidad o la falta de opinión frente al tema se ve en la mayoría.

7.2.8.2 Programa de Ingeniería Civil

Gráfica 99. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Ingeniería Civil manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (37% de respuestas son positivas, 37% negativas y 26 neutras), es decir, existe una posición dividida entre aquellos que validan los espacios de emprendimiento y los que no, sin embargo, algunos muestran neutralidad.

En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (37% de respuestas son neutras, 39% negativas y 24% negativas) está muy relacionada a la anterior, solo que algunos mantienen una postura neutral.

Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (67% de las respuestas son negativas y 24% neutras) la mayoría no asiste de forma personal a algún programa en formación en emprendimiento.

En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (54% de respuestas son negativas, 30% positivas y 17% neutras), se puede notar que, si hay interés por unos pocos y por ello asisten a esos espacios de emprendimiento, sin embargo, la mayoría no lo hace.

Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (41% de respuestas son neutras y 37% positivas) la mayoría está en una posición de no opinar del tema, sin embargo, unos pocos están de acuerdo con esta afirmación y ven a la universidad como un lugar inspirador.

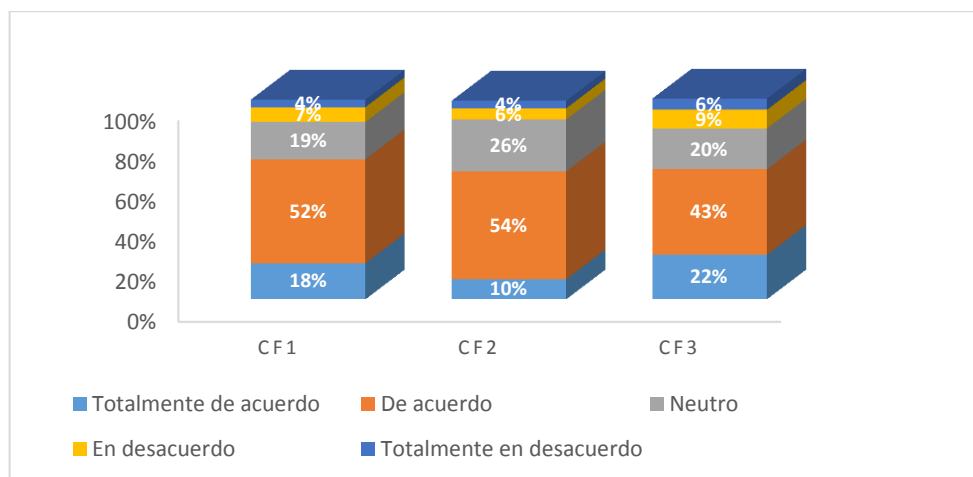
En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (48% de respuestas son neutras y 29% negativas) la mayoría prefiere no opinar del tema.

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (48% de respuestas son negativas y 35% neutrales) la mayoría no opina y un porcentaje significativo, ven que las materias o temáticas vistas en emprendimiento no los motiva.

En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (56% de respuestas son positivas y 31% neutrales) ven con positivismo frente a que la universidad si proporciona los conocimientos.

En conclusión, frente a estos factores en algunas variables no están de acuerdo frente a su incidencia, pero también existe en todas las variables una posición neutral, es decir, no quieren opinar del tema, esto ayuda a ver que las variables no son decisorias al momento de tener una intención emprendedora.

Gráfica 100. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil



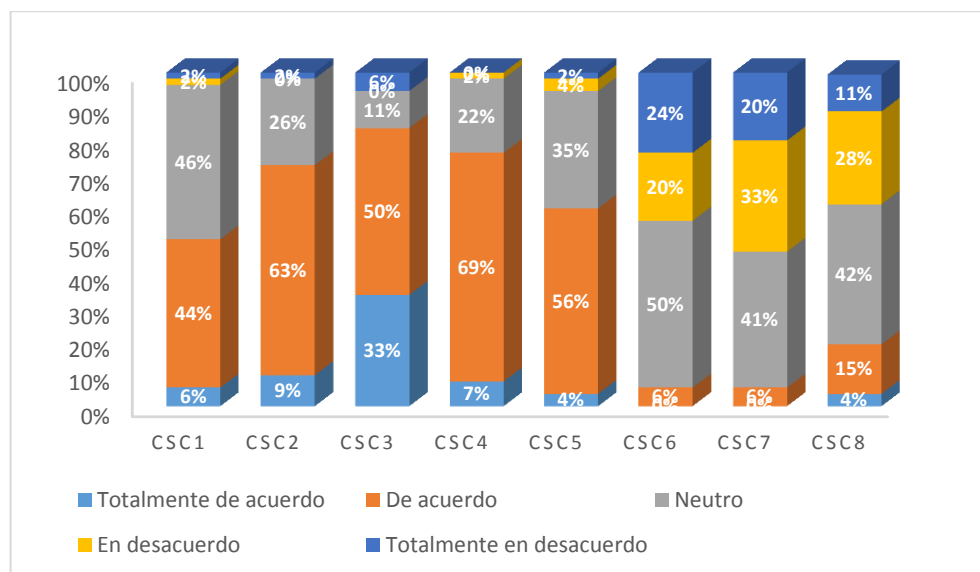
Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (70% de respuestas son positivas) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora.

De igual forma se puede ver en el CF2 (64% de respuestas son positivas y 26% neutras) que la familia es motivadora a la hora de emprender, aunque otros prefieren no opinar, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (65% de respuestas son positivas) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Ingeniería Civil, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 101. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (50% de respuestas son positivas y 46% neutras) la mayoría está de acuerdo, sin embargo otros mantiene una posición neutral; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (72% de respuestas son positivas y 26% neutras) se mantiene una posición de no opinar, otros si conocen, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.

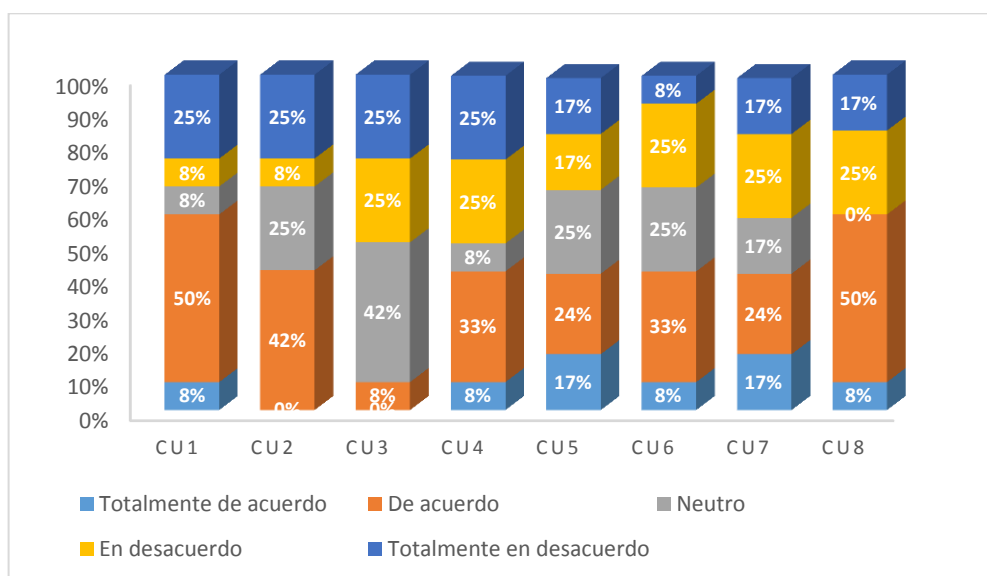
En el CSC3 (83% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (76% de respuestas son positivas) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC5 (56% de respuestas son positivas y 35% neutras), consideran la mayoría que el ser empresario puede llegar a dar un estatus, si se lo ve desde la parte emocional en un momento puede convertirse esto en un motivante para emprender, otros prefieren no opinar; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza.

En el CSC6 (40% de respuestas son neutras, el 34% negativas) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además algunos no están de acuerdo que sea de esa manera; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (53% de respuestas son negativas y 41% neutras) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora, pero también una mayoría prefiere no opinar, y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (39% de respuestas son negativas y 42% neutras) no tienen claro sobre qué tipo de empresa tendría en el futuro, la mayoría prefiere no opinar sobre el tema.

Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de Ingeniería Civil son determinantes para la intención emprendedora, sin embargo, la neutralidad o la falta de opinión frente al tema se ve en la mayoría de ellas.

7.2.8.3 Programa Ingeniería de Sistemas

Gráfica 102. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Ingeniería de Sistemas manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (59% de respuestas son positivas y 25% negativas), es decir, validan los espacios de

emprendimiento, sin embargo, algunos muestran neutralidad. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (25% de respuestas son neutras, 33% negativas y 42% positivas) está muy relacionada a la anterior, solo que algunos mantienen una postura neutral.

Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (50% de las respuestas son negativas y 42% neutras) la mayoría no asiste de forma personal a algún programa en formación en emprendimiento. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (50% de respuestas son negativas, 42% positivas), se puede notar que, si hay interés por unos pocos y por ello asisten a esos espacios de emprendimiento, sin embargo, la mayoría no lo hace.

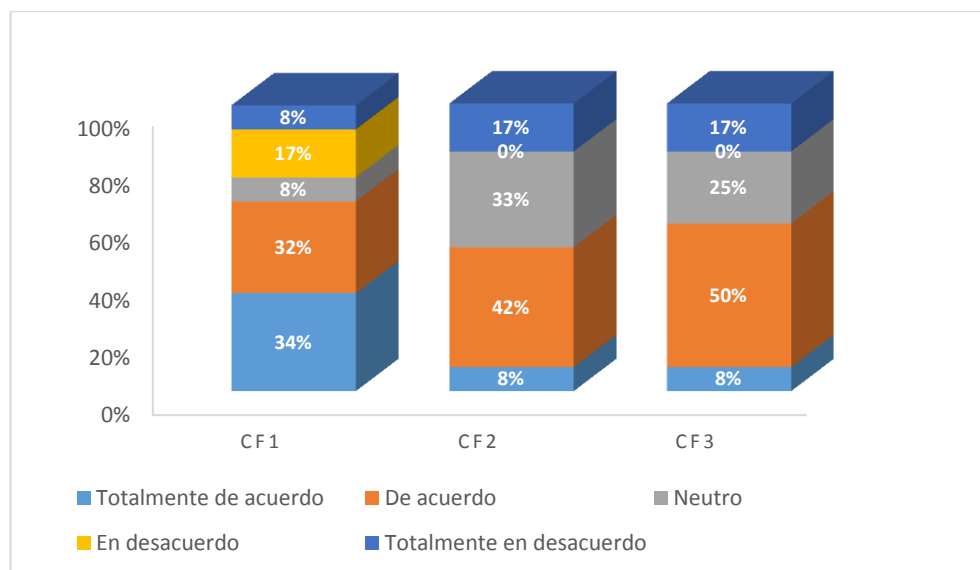
Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (41% de respuestas son positivas y 34% negativas) la mayoría están de acuerdo con esta afirmación y ven a la universidad como un lugar inspirador. En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (25% de respuestas son neutras, 33% negativas y 42% positivas).

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (42% de respuestas son negativas, 17% neutrales y 41% positivas) la opinión se encuentra dividida entre aquellos que si están de acuerdo y los que no lo están.

En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (58% de respuestas son positivas y 42% neutrales) ven con positivismo frente a que la universidad si proporciona los conocimientos.

En conclusión, frente a estos factores en algunas variables no están de acuerdo frente a su incidencia, pero también existe en todas las variables una posición neutral, es decir, no quieren opinar del tema, esto ayuda a ver que las variables no son decisorias al momento de tener una intención emprendedora.

Gráfica 103. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas



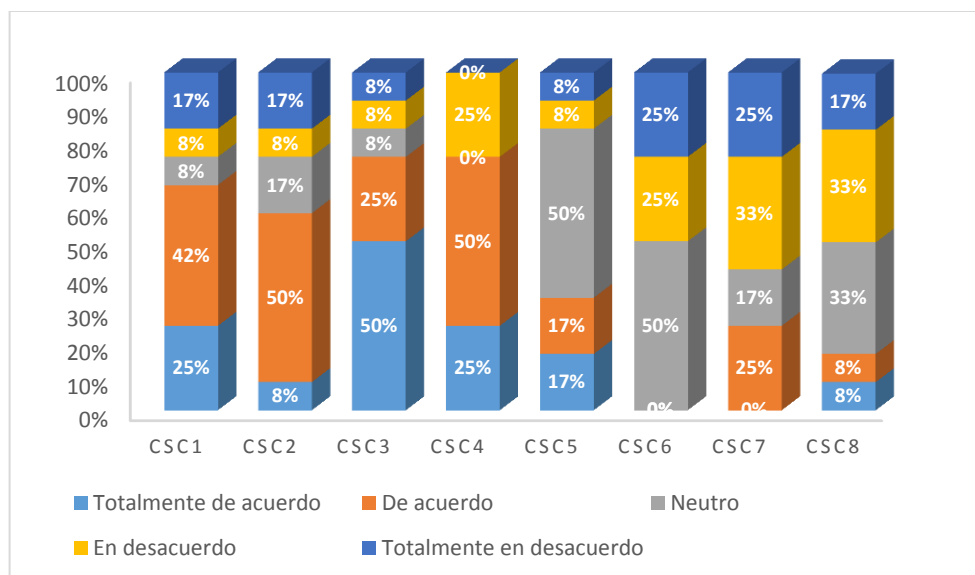
Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (67% de respuestas son positivas) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora.

De igual forma se puede ver en el CF2 (50% de respuestas son positivas y 33% neutras) que la familia es motivadora a la hora de emprender, aunque otros prefieren no opinar, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (58% de respuestas son positivas) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Ingeniería de Sistemas, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 104. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (67% de respuestas son positivas) la mayoría está de acuerdo; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (58% de respuestas son positivas y 17% neutras) se mantiene una posición de no opinar, pero la mayoría si conocen, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.

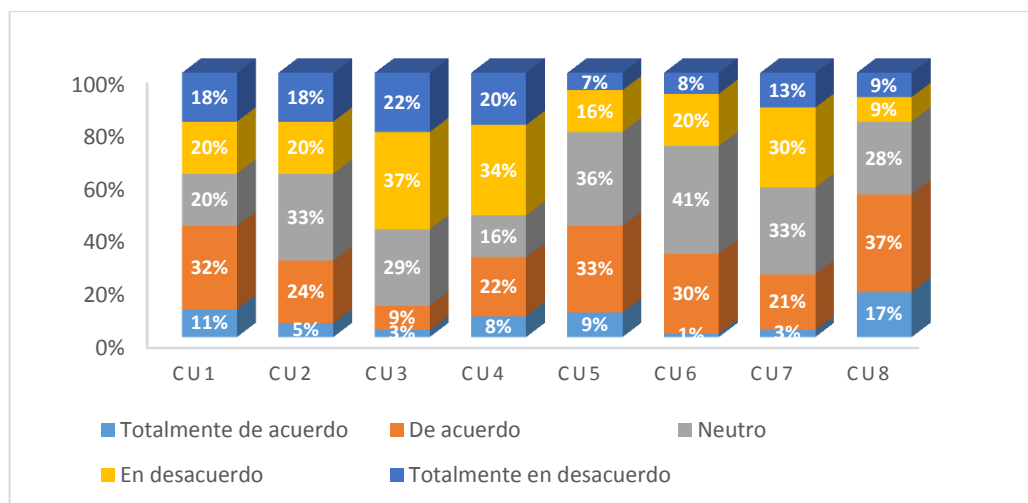
En el CSC3 (76% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (75% de respuestas son positivas) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC5 (50% de respuestas son neutras un 25% positivas y 25% negativas), la mayoría prefiere no opinar y los restantes están divididos entre los que avalan y no la postura; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza.

En el CSC 6 (50% de respuestas son neutras, el 50% negativas) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además algunos no están de acuerdo que sea de esa manera; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (58% de respuestas son negativas) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora, y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (50% de respuestas son negativas y 34% neutras) no tienen claro sobre qué tipo de empresa tendría en el futuro, la mayoría prefiere no opinar sobre el tema.

Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de Ingeniería de Sistemas son determinantes para la intención emprendedora, sin embargo, la neutralidad o la falta de opinión frente al tema se ve en la mayoría de ellas.

7.2.8.4 Facultad de Ingeniería

Gráfica 105. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería



Fuente: Esta investigación

En lo que concierne a las variables evaluadas en este apartado se tiene que: los estudiantes de Facultad de Ingeniería manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (33% de respuestas son positivas, 20% neutras y 38% negativas), se mantiene una posición dividida.

En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento el comportamiento se mantiene una posición dividida frente a que avalan y rechazan lo planteado, en el CU2 (29% de respuestas son positivas, 38 negativas y 33% neutras).

Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (59% de las respuestas son negativas y 29% neutras) la mayoría no asiste de forma personal a algún programa en formación en emprendimiento.

En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (54% de respuestas son negativas y 30% positivas), se puede notar que existe un leve interés, otros por el contrario no lo tienen. Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (36% de respuestas son neutras y 42% positivas) algunos prefieren no opinar frente al tema, aunque la mayoría opina que la universidad si inspira para emprender.

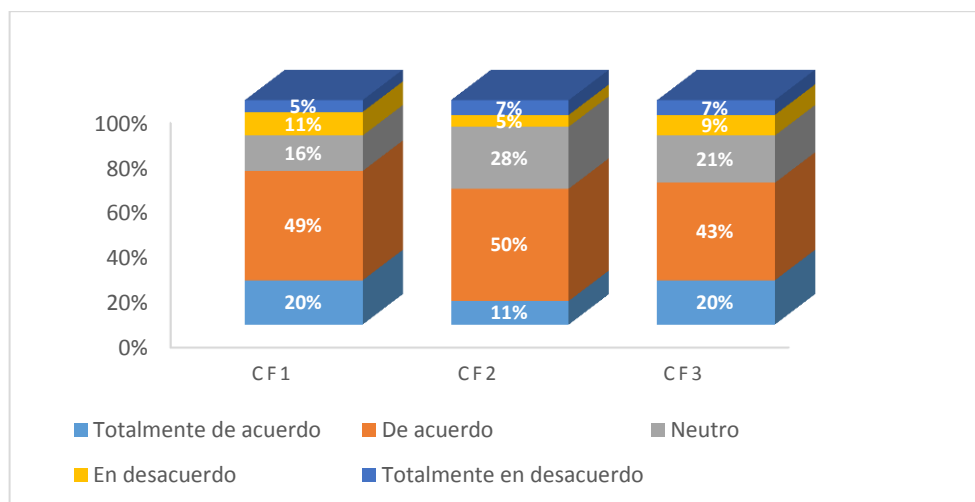
En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (31% de respuestas son positivas y 41% neutras).

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (43% de respuestas son negativas y 33% neutras) se percibe que no lo creen así y otro no opinan del tema.

En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (54% de respuestas son positivas y 28% neutras) ven con positivismo frente a que la universidad si proporciona los conocimientos para emprender, sin embargo, un grupo significativo prefiere no opinar.

En conclusión, frente a estos factores en algunas variables no están de acuerdo frente a su incidencia, pero también existe en todas las variables una posición neutral, es decir, no quieren opinar del tema, esto ayuda a ver que las variables no son decisorias al momento de tener una intención emprendedora, es decir, a la hora de querer emprender.

Gráfica 106. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería



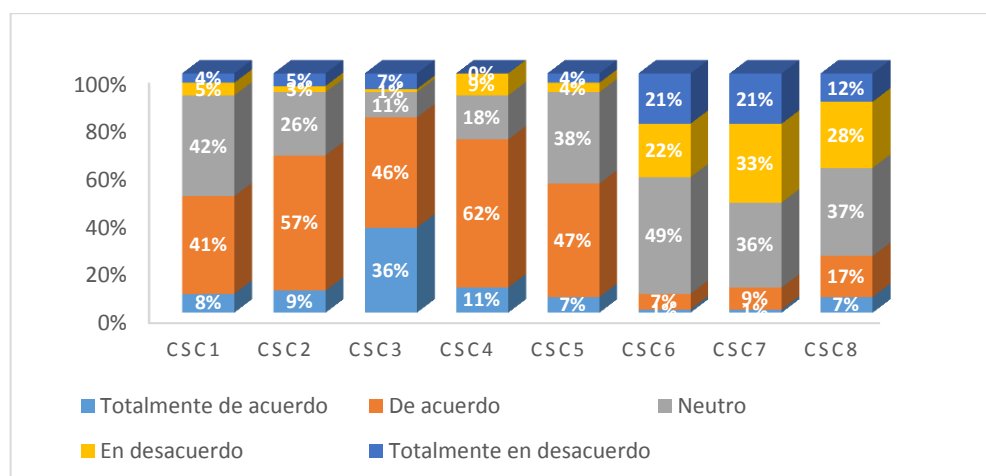
Fuente: Esta investigación

Estas variables están relacionadas al ámbito familiar, frente a ello se tiene que: si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (69% de respuestas son positivas) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora.

De igual forma se puede ver en el CF2 (61% de respuestas son positivas y 28% neutras) mantienen la misma posición que la anterior, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (63% de respuestas son positivas y 21% neutras) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de La Facultad de Ingeniería, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 107. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (49% de respuestas positivas y 42% neutras) la mayoría avala lo planteado y otros prefieren no opinar; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (66% de respuestas son positivas y 26% neutras) se mantiene una posición de no opinar, pero la gran mayoría si conocen, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales.

En lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena, en el CSC3 (82% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño se su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (73% de respuestas son positivas y 18% neutras) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento, aunque la mayoría se abstiene de opinar; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto.

En el CSC5 (54% de respuestas son positivas y 38% neutras) creen que si da estatus, otro número significativo prefiere no opinar; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza, en el CSC 6 (49% de respuestas neutras y 43% negativas) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además algunos no están de acuerdo que sea de esa manera; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intensión de emprender, en el CSC 7 (54% de respuestas son negativas) no consideran que tengan bajas capacidades

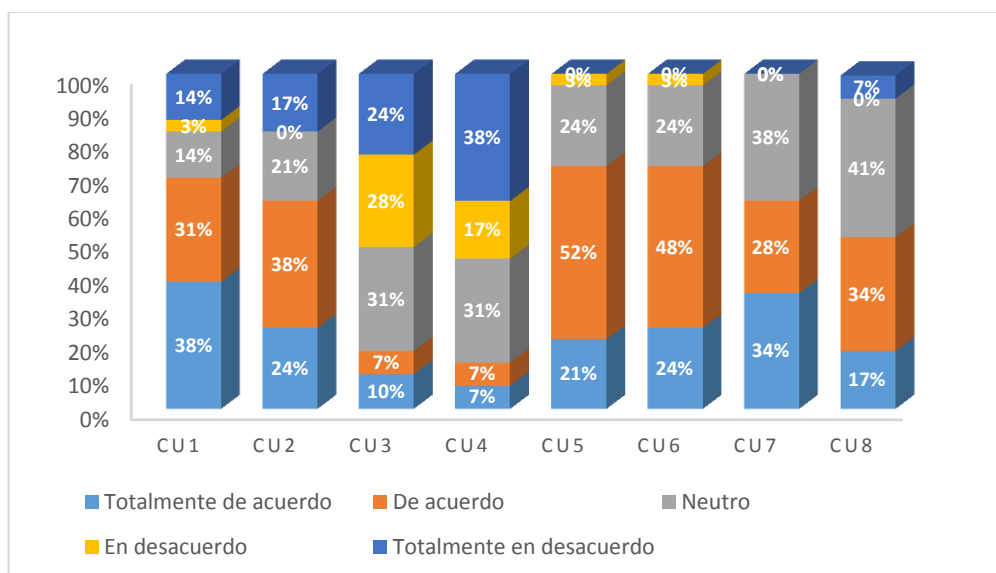
y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora, y por último en sí tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (40% de respuestas son negativas y 37% neutras) aún no tienen claro en que emprender y otros no opinan.

Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de La Facultad de Ingeniería son determinantes para la intención emprendedora, aunque también existe una posición neutral en casi todas las variables, lo que no permite concluir que todas incidan en la intención emprendedora.

7.2.9. Facultad de Ingeniería Agroindustrial

7.2.9.1 Programa de Ingeniería Agroindustrial

Gráfica 108. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes del programa de Ingeniería Agroindustrial manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (69% de respuestas son positivas), es decir, validan los espacios de emprendimiento. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (62% de respuestas son positivas) está muy relacionada a la anterior.

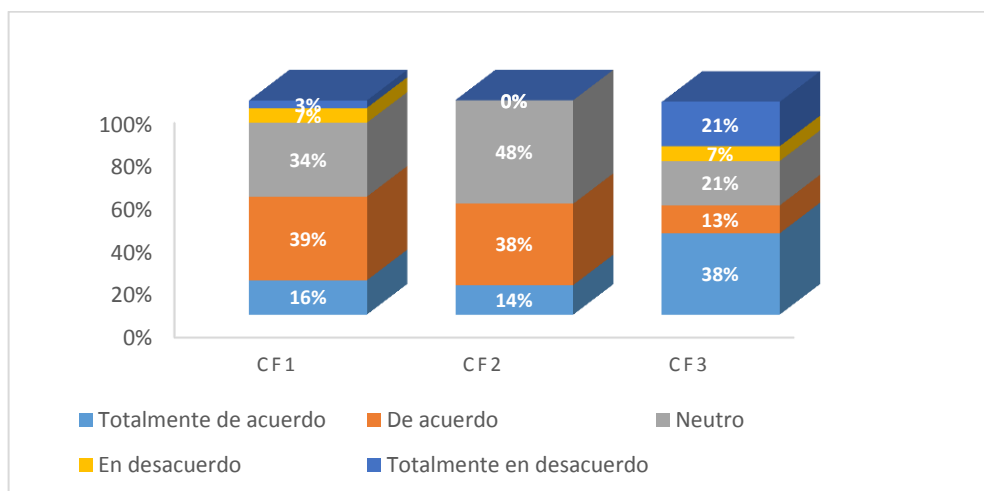
Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (52% de las respuestas son negativas y 31% neutras) la mayoría no asiste de forma personal a algún programa en formación en emprendimiento. En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (55% de respuestas son negativas y 31% neutras), se puede notar que no hay interés por la mayoría, otros por el contrario no opinan con respecto al tema.

Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (73% de respuestas son positivas) la mayoría están de acuerdo con esta afirmación y ven a la universidad como un lugar inspirador. En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (72% de respuestas son positivas).

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (62% de respuestas son positivas, 38% neutrales) la opinión se encuentra dividida entre aquellos que si están de acuerdo y los que no opinan sobre el tema. En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (52% de respuestas son positivas y 41% neutrales) ven con positivismo frente a que la universidad si proporciona los conocimientos.

En conclusión, frente a estos factores en algunas variables no están de acuerdo frente a su incidencia, pero también existe en todas las variables una posición neutral, es decir, no quieren opinar del tema, esto ayuda a ver que las variables no son decisorias al momento de tener una intención emprendedora.

Gráfica 109. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial

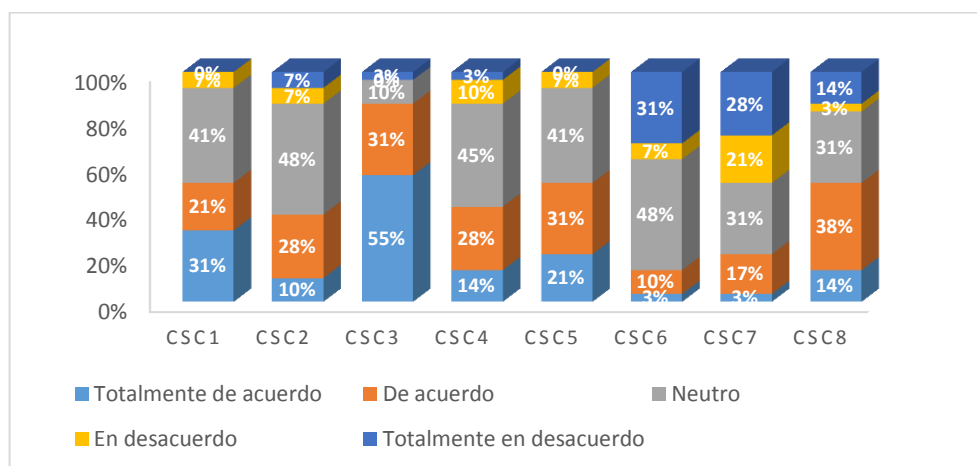


Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (56% de respuestas son positivas y 34% neutras) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora, sin embargo, un porcentaje significativo prefiere no opinar del tema. De igual forma se puede ver en el CF2 (52% de respuestas son positivas y 48% neutras) que la familia es motivadora a la hora de emprender, aunque otros prefieren no opinar, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (51% de respuestas son positivas) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de Ingeniería Agroindustrial, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 110. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (52% de respuestas son positivas y 41% neutras) la mayoría está de acuerdo, sin embargo otros prefieren no opinar; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (38% de respuestas son positivas y 48% neutras) se mantiene una posición de no opinar, pero otros si conocen, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento

empresariales u otro tipo de emprendimientos personales; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.

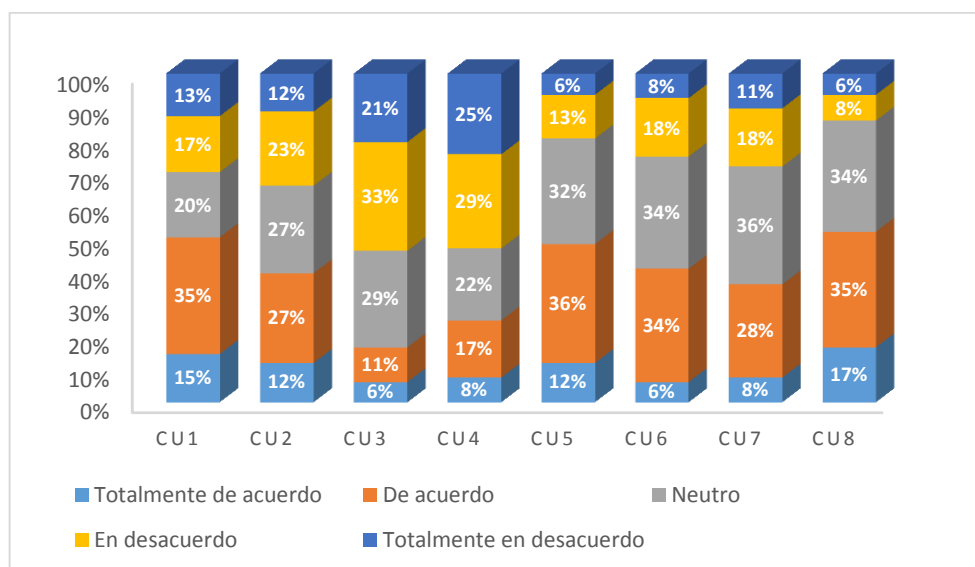
En el CSC3 (86% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (42% de respuestas son positivas y 45% neutras) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento, aunque la mayoría se abstiene de opinar; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (52% de respuestas son positivas y 41% neutras), prefiere una parte no opinar; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza.

En el CSC 6 (38% de respuestas son negativas y 48% neutras) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además algunos no están de acuerdo que sea de esa manera; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (49% de respuestas son negativas y 31% neutras) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora, y por último en si tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (52% de respuestas son positivas y 31% neutras) tienen claro sobre qué tipo de empresa tendría en el futuro la mayoría, otros prefieren no opinar sobre el tema.

Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de Ingeniería Agroindustrial son determinantes para la intención emprendedora, sin embargo, la neutralidad o la falta de opinión frente al tema se ve en todas y con gran participación, por tanto, este grupo de variables no son concluyentes para incidir en la intención emprendedora.

7.2.10. Universidad de Nariño

Gráfica 111. Factores del Contexto Universitario que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Nariño



Fuente: Esta investigación

Con respecto a las variables evaluadas en este apartado los estudiantes de la Universidad de Nariño manifiestan que hay aspectos que inciden en la intención emprendedora del contexto universitario. Por tanto, se tiene que dentro de la asistencia a espacios obligatorios de emprendimiento CU1 (50% de respuestas son positivas), es decir, validan los espacios de emprendimiento. En lo referente a si ha asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de sus estudios, en el CU2 (35% de respuestas son positivas, 35% negativas y 27% neutras) está muy dividida la opinión entre los que asisten, aquellos que no lo hacen y los que prefieren no opinar.

Con respecto si estudian un programa específico de emprendimiento por su cuenta, el CU3 (54% de las respuestas son negativas y 29% neutras) la mayoría no asiste de forma personal a algún programa en formación en emprendimiento.

En lo que concierne si ha asistido a un curso de emprendimiento, en el CU4 (54% de respuestas son negativas), se puede notar que no hay interés por la mayoría, otros por el contrario no opinan con respecto al tema y muy pocos si lo hacen aquí estarían aquellos estudiantes de programas donde reciben emprendimiento como parte formativa.

Frente a que, si la universidad inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios, en el CU5 (48% de respuestas son positivas y 32% neutras) la mayoría están de acuerdo con esta afirmación y ven a la universidad como un lugar inspirador, otros por el contrario no opinan.

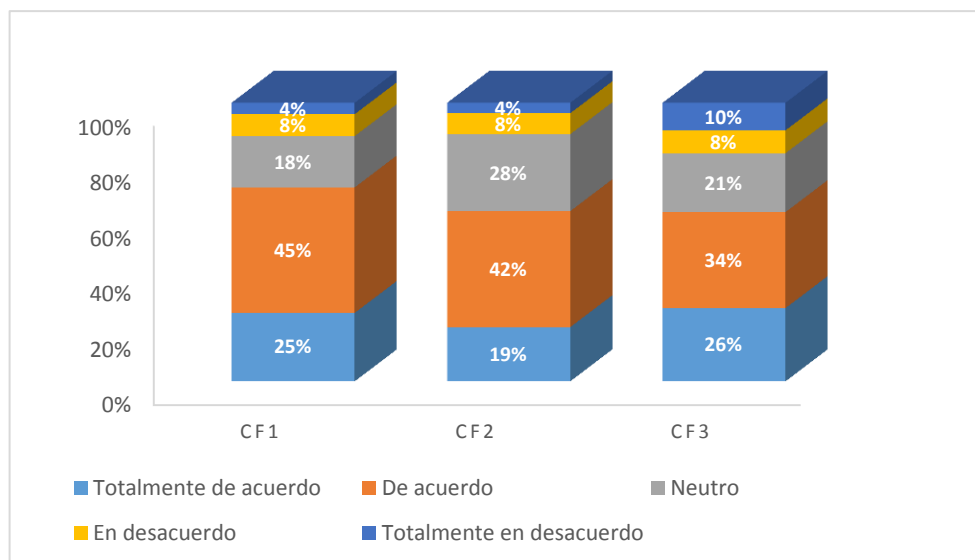
En lo que respecta si en la universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras, en el CU6 (40% de respuestas son positivas y 34 neutras).

En referencia a que, si las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan la intención de crear una empresa, en el CU7 (36% de respuestas son positivas, 36% neutrales) la opinión se encuentra dividida entre aquellos que si están de acuerdo y los que no opinan sobre el tema.

En si la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario, en el CU8 (52% de respuestas son positivas y 34% neutrales) ven con positivismo frente a que la universidad si proporciona los conocimientos.

En conclusión, frente a estos factores en algunas variables se puede evidenciar no están de acuerdo frente a su incidencia a la hora de emprender, aunque en todas las variables se puede notar una posición neutral, lo que no permite concluir cuales éstas son decisorias al momento de tener una intención emprendedora.

Gráfica 112. Factores del Contexto Familiar que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Nariño



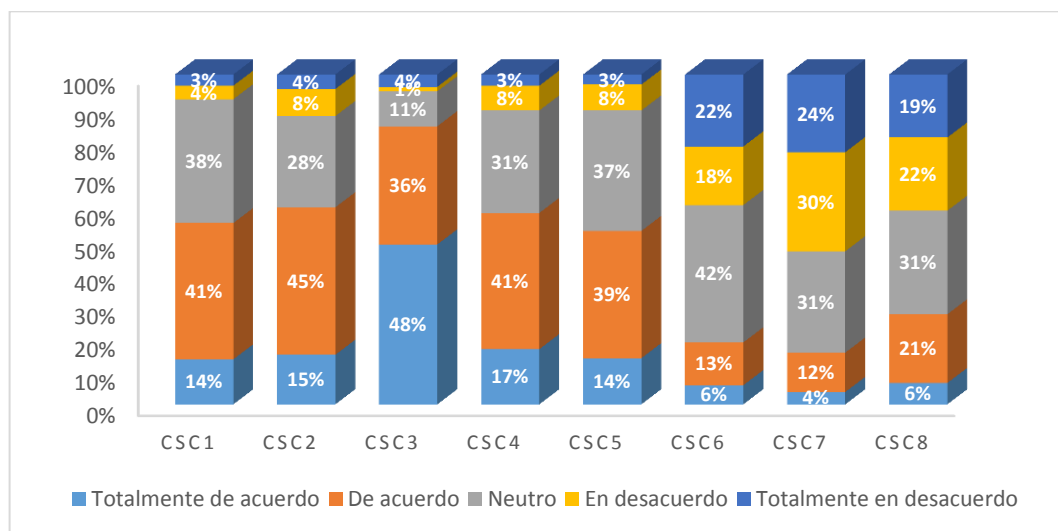
Fuente: Esta investigación

Estos factores relacionados al ámbito familiar, se tiene que frente a si los padres motivan a ser emprendedor, en el CF1 (80% de respuestas son positivas y 18% neutras) resaltan que los padres son determinantes sobre la intención emprendedora, sin embargo, un porcentaje significativo prefiere no opinar del tema.

De igual forma se puede ver en el CF2 (61% de respuestas son positivas y 28% neutras) que la familia es motivadora a la hora de emprender, aunque otros prefieren no opinar, además los estudiantes reconocen en su entorno próximo personas que han iniciado su propio negocio, en el CF3 (60% de respuestas son positivas) se puede decir que en algún momento determinado puede servir como ejemplo y modelo a seguir el acercamiento a los negocios familiares o el que las familias tengan uno.

En conclusión, se tiene que la familia influye de manera positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de La Universidad de Nariño, el cual puede ser un factor determinante a la hora de emprender.

Gráfica 113. Factores del Contexto Social y Cultural que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Nariño



Fuente: Esta investigación

En este apartado se analiza el contexto que rodea al estudiante distinto a su familia y se relaciona más bien el contexto social y cultural en el que se ve inmerso. En cuanto a que si a sus amigos les interesa emprender, en el CSC1 (55% de respuestas son positivas y 38% neutras) la mayoría está de acuerdo, sin embargo otros prefieren no opinar; en cuanto si alguno de sus amigos es emprendedor, en el CSC2 (60% de respuestas son positivas y 28% neutras)

aunque se mantiene una posición de no opinar, pero la mayoría si conocen, lo que no se puede afirmar o descalificar con estas respuestas es que si se trata de emprendimiento empresariales u otro tipo de emprendimientos personales; en lo que atañe a que si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.

En el CSC3 (84% de respuestas son positivas) se puede evidenciar que ven como una mejor opción ser dueño de su propia empresa que ser empleado; en lo referente a si en esta región se admira a quienes dirigen sus propias empresas, en el CSC4 (58% de respuestas son positivas y 31% neutras) tienen una apreciación que ser empresario genera también reconocimiento, aunque la mayoría se abstiene de opinar; si tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto, en el CSC 5 (53% de respuestas son positivas y 37% neutras), prefiere una parte no opinar; en si algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza.

En el CSC 6 (40% de respuestas son negativas y 42% neutras) parece que a la hora de hablar de religión prefieren mantener una postura neutral, además algunos no están de acuerdo que sea de esa manera; en lo que tiene que ver con si la baja confianza en sus capacidades emprendedoras incide en la intención de emprender, en el CSC 7 (54% de respuestas son negativas y 31% neutras) no consideran que tengan bajas capacidades y que estas lleguen a influir al momento de tener una intención emprendedora, y por último en si tiene claro qué empresa quisiera crear, en el CSC8 (41% de respuestas son negativas y 31% neutras) no tienen claro sobre qué tipo de empresa tendría en el futuro la mayoría, otros prefieren no opinar sobre el tema.

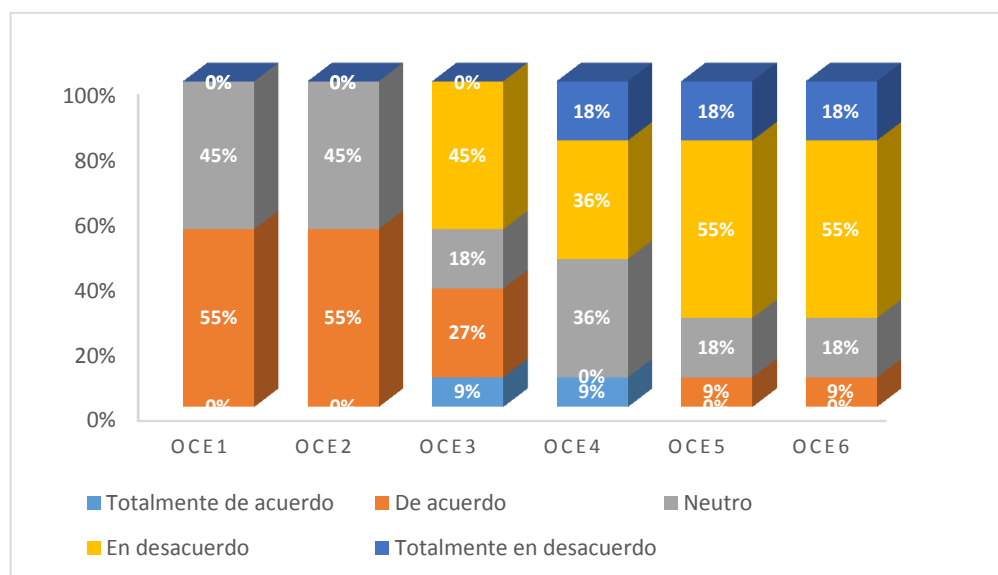
Para concluir frente a este grupo de variables que hacen parte del contexto social y cultural, ciertas variables para los estudiantes de La Universidad de Nariño son determinantes para la intención emprendedora, sin embargo, la neutralidad o la falta de opinión frente al tema se ve en todas y con gran participación, por tanto, este grupo de variables no son concluyentes para incidir en la intención emprendedora.

7.3. CREENCIAS CONTROLADAS QUE INFLUYEN EN LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES.

7.3.1 Facultad de Ciencias Agrícolas

7.3.1.1 Programa de Ingeniería Agroforestal

Gráfica 114. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal



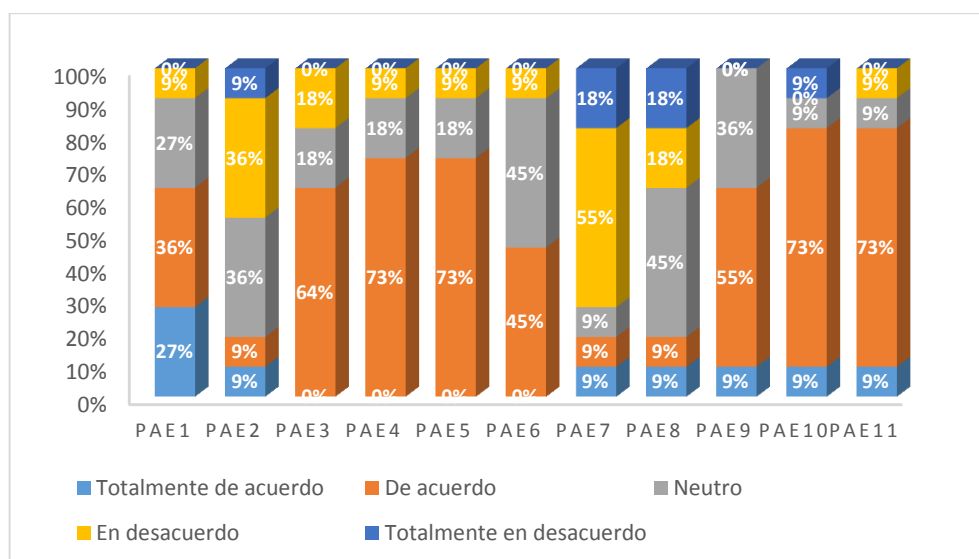
Fuente: Esta investigación

Como obstáculos para crear empresa el 55% de los estudiantes de Ingeniería Agroforestal considera que la falta de capital es un factor de gran importancia (OCE1). El mismo porcentaje afirma que una de las mayores dificultades que se pueden presentar son los altos impuestos y exceso de trámites (55% de respuestas positivas para OCE2). Algunos estudiantes también consideran que en alguna medida el poco apoyo estatal y privado limita la creación de empresa (36% de respuestas afirmativas para OCE3).

Únicamente el 9% de los encuestados consideran que su carrera profesional no está orientada a la creación de empresa, pero en algunos todavía existen dudas (36% de respuestas neutras para OCE4). La falta de socios para crear empresa es considerada una limitante para iniciar una empresa solamente por el 9% de los encuestados (OCE5). El mismo porcentaje anterior piensa que no poder producir o fabricar algún producto en alguna medida traería dificultades a futuro (9% de respuestas favorables para OCE6).

Por tanto, se concluye que los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal perciben como principales barreras para la creación de empresas en la región la falta de capital y los altos impuestos y exceso de trámites.

Gráfica 115. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal



Fuente: Esta investigación

Un gran número de estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal perciben que el dinero es un factor más a tener en cuenta que hace parte de un conjunto más amplio de los que se requiere para crear empresa (63% de respuestas positivas para PAE1). Muy pocos estudiantes piensan que el ganar dinero es el mayor interés de los empresarios locales (18% de respuestas favorables para PAE2) pero un gran porcentaje piensan que a los empresarios locales les gusta asociarse (64% de respuestas positivas para PAE3).

El 73% de los encuestados perciben a los empresarios nariñenses como creativos (PAE4) y un número igual de encuestados perciben que a los empresarios nariñenses les gusta asumir riesgos (73% de respuestas favorables para PAE5).

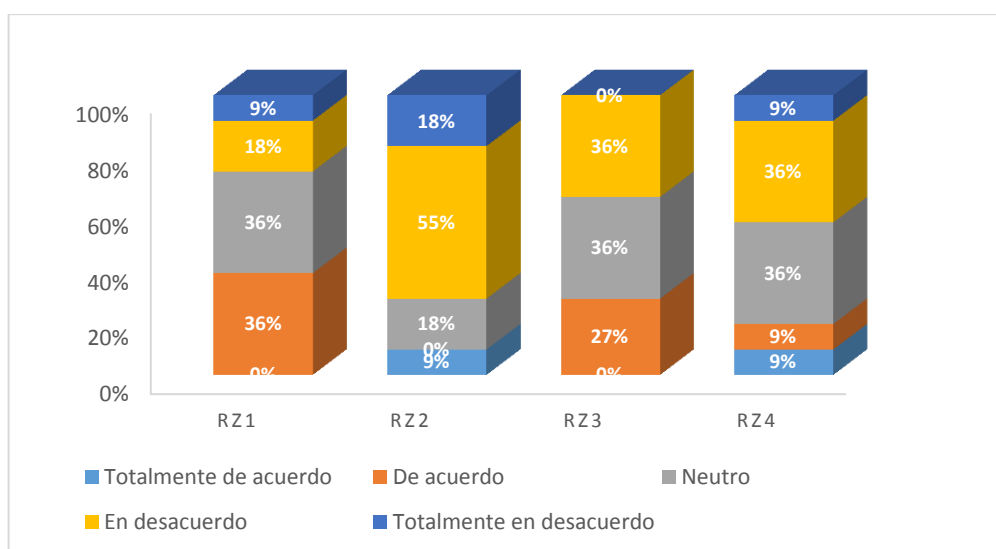
La capacidad de organización de los empresarios locales es puesta en duda por los estudiantes de Ingeniería Agroforestal (45% de respuestas neutras para PAE6). Únicamente el 18% de los encuestados piensan que los empresarios locales tienen poca preparación académica (PAE7).

El mismo porcentaje de estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal considera que los empresarios nariñenses son poco éticos, justos y responsables socialmente (18% de respuestas afirmativas para PAE8).

Más de la mitad de los estudiantes (64% para PAE9) perciben que los empresarios locales son capaces de sobreponerse a las dificultades. El 82% de los encuestados consideran que los empresarios locales tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo (PAE10) y el mismo porcentaje coincide en afirmar que finalmente que les gusta adaptarse al cambio y gestionarlo (82% de respuestas afirmativas para PAE11).

Se concluye entonces que los estudiantes de Ingeniería Agroforestal tienen una percepción positiva de los empresarios locales. Consideran en su orden que tienen buenas habilidades de gestión, se adaptan al cambio, les gusta asumir riesgos, se sobreponen a las dificultades y les gusta asociarse. Lo anterior en gran medida podría incidir favorablemente en su intención emprendedora.

Gráfica 116. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal



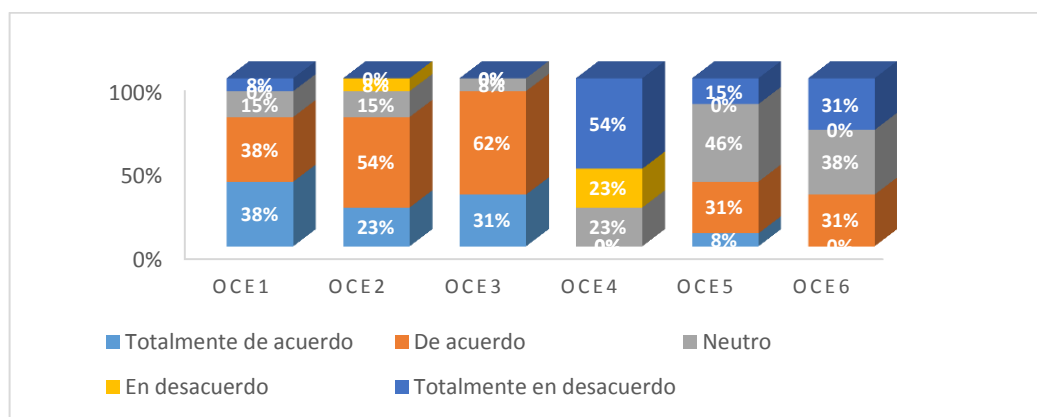
Fuente: Esta investigación

En este apartado final se observa que solamente el 36% de los encuestados manifiestan no tener formación en técnicas para generar ideas de negocio (36% de respuestas favorables para RZ1) aunque un porcentaje similar tiene dudas al respecto y solamente el 9% de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal consideran no tener las habilidades suficientes para generar ideas de negocio (RZ2).

También es muy bajo el porcentaje de encuestados que manifiestan conocer metodologías de ideación (27% de respuestas positivas para RZ3) aunque en un gran porcentaje existe incertidumbre y solamente el 18% de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal consideran que este proceso es difícil (RZ4). Se concluye entonces que los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroforestal consideran que no tienen la formación suficiente en técnicas de ideación, sin embargo, perciben que este no es un proceso difícil y por tanto tienen la disposición de aprender en el transcurso del tiempo.

7.3.1.2 Programa de Ingeniería Agronómica

Gráfica 117. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica



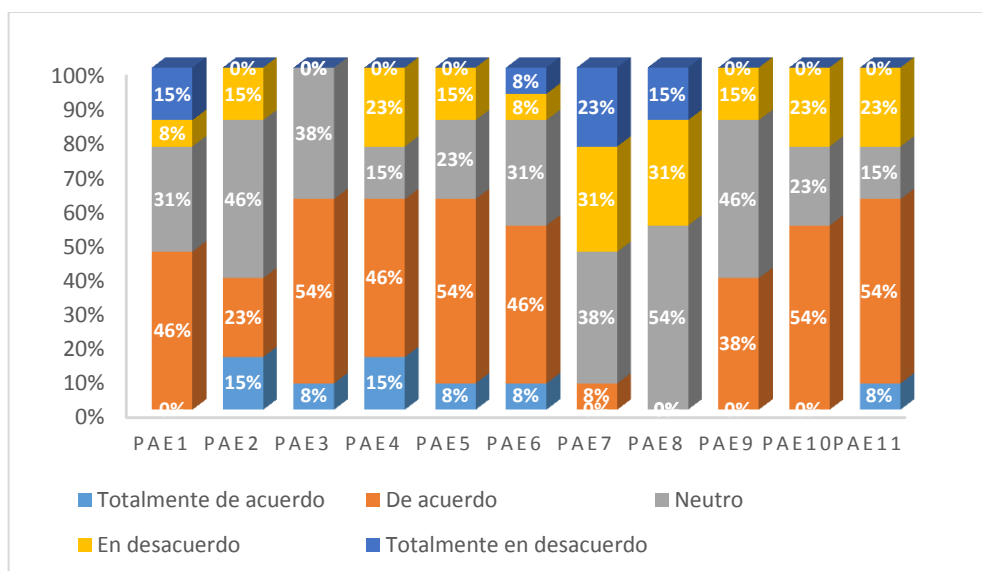
Fuente: Esta investigación

El 76% de los estudiantes de Ingeniería Agronómica perciben que la falta de capital es una barrera importante a la hora de crear su propia empresa (OCE1). En el mismo sentido los altos impuestos y el exceso de trámites podrían ser una dificultad considerable (77% de respuestas afirmativas para OCE2) pero la problemática que se considera de mayor envergadura es la falta de apoyo de entidades privadas y públicas (93% de respuestas positivas para OCE3) lo que indica que tienen una percepción negativa del entorno institucional que rodea el emprendimiento en el país.

Los estudiantes del programa de Ingeniería Agronómica en su gran mayoría (77% de respuestas negativas para OCE4) no están de acuerdo con que su carrera profesional no es para crear empresa. La falta de socios para crear empresa se percibe como una limitación para crear empresa por el 39% de los encuestados, aunque un porcentaje mayor tenga dudas (46% de respuestas neutrales para OCE5), situación parecida con la variable OCE6 donde el 38% de los encuestados tengan dudas frente a la situación de no tener conocimientos específicos en producir y fabricar algún producto, aunque el 31% afirmen si tenerlos.

Entonces se puede afirmar que los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica consideran como principales obstáculos para crear empresa la falta de apoyo estatal y privado, los altos impuestos y exceso de trámites y la falta de capital.

Gráfica 118. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica



Fuente: Esta investigación

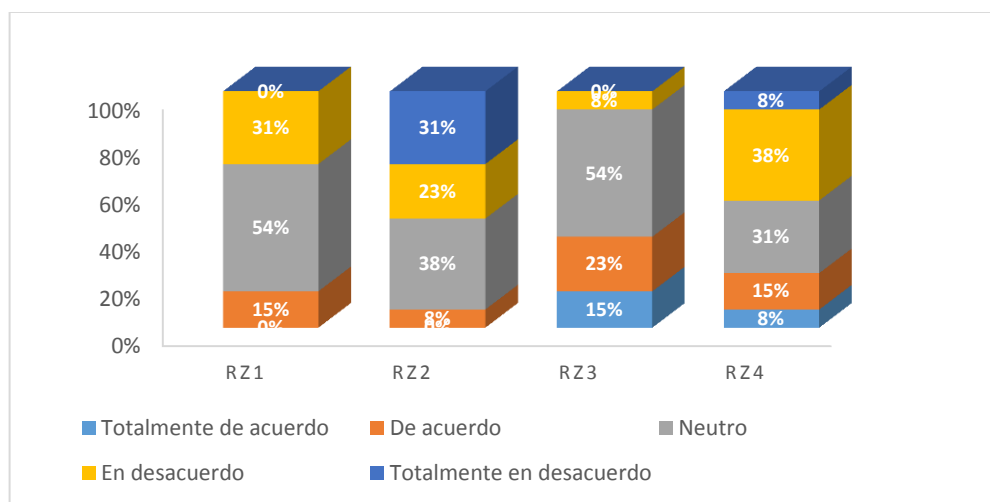
Un buen porcentaje de encuestados consideran que el dinero es un factor importante mas no determinante a la hora de crear una empresa (46% de respuestas positivas para PAE1), sin embargo, no están seguros totalmente de esta afirmación (31% de respuestas neutras). Así mismo tienen dudas en cuanto a considerar la ganancia de dinero como único interés de los empresarios (46% de respuestas neutras para PAE2). El 62% de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica perciben que a los empresarios locales les gusta asociarse con otros para buscar beneficios en común (PAE3).

Se considera a los empresarios nariñenses como creativos e innovadores por el 61% de los encuestados (PAE4) y un porcentaje similar considera que asumen riesgos para lograr el crecimiento de sus organizaciones (62% de respuestas positivas para PAE5). El 54% de estudiantes de Ingeniería Agronómica piensan que los empresarios regionales tienen gran capacidad de organización (PAE6). Existe duda frente al grado de preparación académica de los empresarios (38% de respuestas neutras para PAE7) así como también respecto a su escaso criterio ético, de justicia y de responsabilidad social (54% de respuestas neutras para PAE8).

No existe seguridad plena tampoco si los empresarios nariñenses se sobreponen fácilmente a las dificultades (47% respuestas neutras para PAE9) pero existe una mayor certeza frente a las habilidades financieras, de gestión y de mercadeo (54% de respuestas favorables para PAE10). Finalmente, los encuestados piensan que los empresarios locales se adaptan fácilmente al cambio (62% de respuestas positivas para PAE11).

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica admiran a los empresarios regionales porque perciben entre otras razones que les gusta asociarse, son creativos e innovadores, asumen riesgos, se saben organizar, tienen buenas habilidades de gestión y se adaptan con facilidad a los cambios. Por tanto, se deduce que los empresarios son un referente a seguir o imitar y por tanto inciden favorablemente en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica.

Gráfica 119. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica



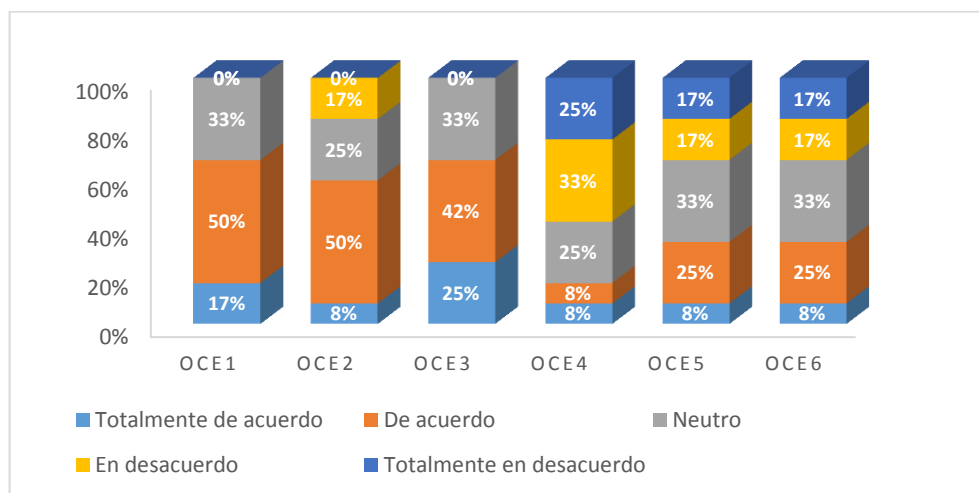
Fuente: Esta investigación

Solamente el 15% de los estudiantes de Ingeniería Agronómica consideran que, si tienen la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio, pero en un gran porcentaje existen dudas (54% de respuestas neutras para RZ1). En igual sentido se tiene incertidumbre frente al hecho de poseer habilidades suficientes para generar ideas de negocio (38% de respuestas neutrales para RZ2), y más aún las dudas surgen respecto a su conocimiento de metodologías para generar ideas de negocio (54% de respuestas positivas para RZ3). Un bajo porcentaje de encuestados piensan que generar ideas de negocio es demasiado difícil (24% de respuestas positivas para RZ4).

En conclusión, los estudiantes de Ingeniería Agronómica consideran que no tienen los conocimientos ni las habilidades suficientes para generar ideas de negocio, pero piensan que este proceso no es del todo difícil así que estarían dispuestos a su aprendizaje.

7.3.1.3 Programa de Ingeniería Ambiental

Gráfica 120. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental



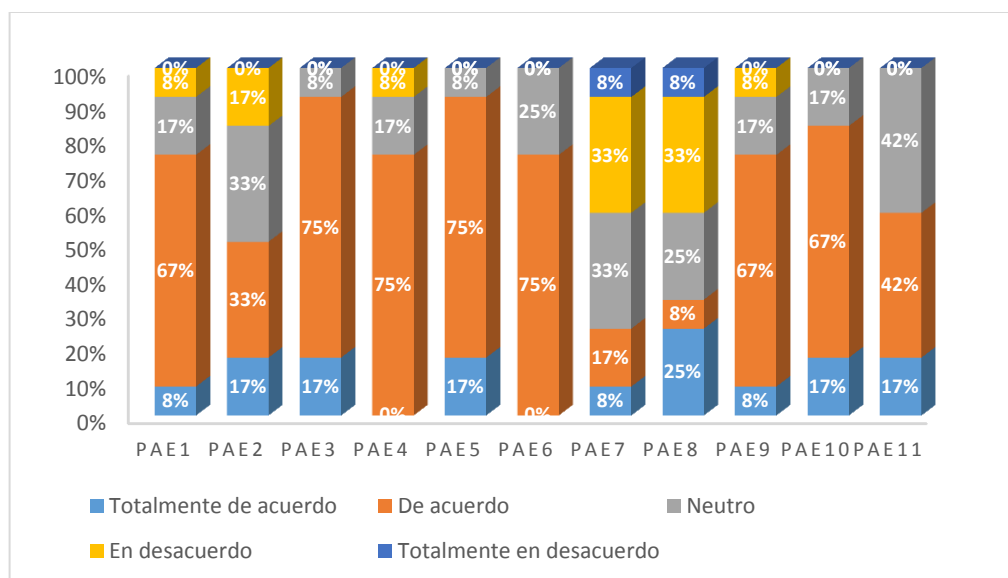
Fuente: Esta investigación

Como obstáculos para crear empresa en un gran porcentaje se considera la falta de capital (67% de respuestas favorables para OCE1), también se considera en un porcentaje menor una limitante los altos impuestos y exceso de trámites (58% de respuestas positivas para OCE2). El 67% de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental perciben que una de las mayores dificultades es el insuficiente apoyo estatal y privado para crear empresa (OCE3).

Únicamente el 16% de los encuestados consideran que su carrera profesional no está orientada a la creación de empresa (OCE4). La falta de socios para crear empresa se considera una limitante para iniciar una empresa únicamente por el 33% de los estudiantes, pero un porcentaje igual tienen dudas al respecto (33% de respuestas neutras para OCE5). Situación idéntica se presenta frente a considerarse como limitante para crear empresa el hecho de no poder producir o fabricar algún producto (33% de respuestas favorables y 33% de respuestas neutras para OCE6).

Por tanto, se concluye que los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental perciben como principales obstáculos para crear empresa la falta de apoyo por entidades públicas y privadas, la escasez de capital y los altos impuestos junto a el exceso de trámites.

Gráfica 121. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental



Fuente: Esta investigación

Un gran número de estudiantes consideran que el dinero es un factor más que hace parte de un conjunto más amplio de los que se requiere para crear empresa (75% de respuestas favorables para PAE1). La mitad de los encuestados piensan que el ánimo de ganar más dinero es lo único que interesa a los empresarios locales (50% de respuestas positivas para PAE2). Casi la totalidad de los estudiantes de Ingeniería Ambiental creen que a los empresarios de la región les gusta asociarse (92% de respuestas afirmativas para PAE3).

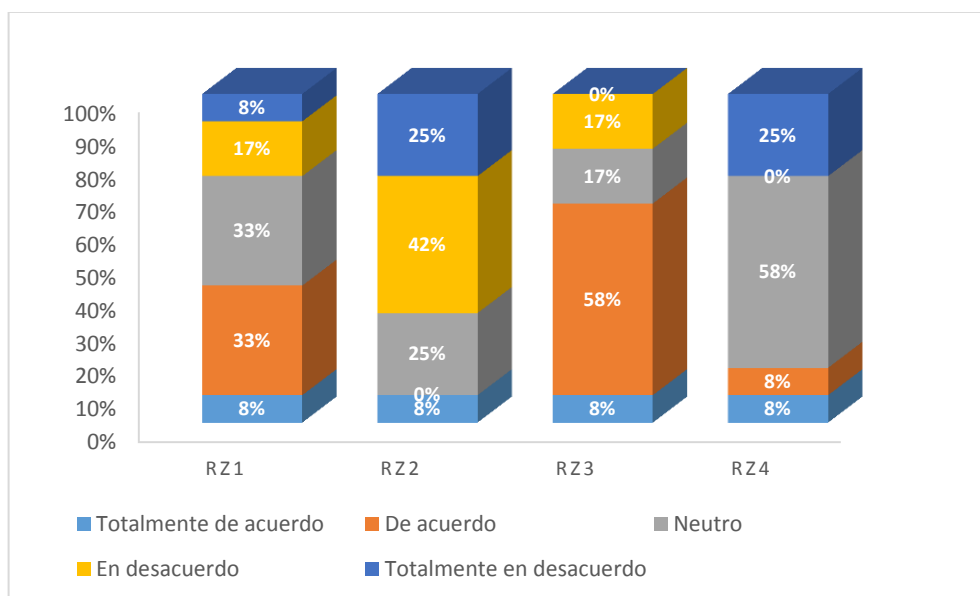
El 75% de los encuestados perciben a los empresarios nariñenses como creativos e innovadores (PAE4) y un gran porcentaje perciben que a los empresarios les gusta asumir riesgos para lograr crecimiento en sus organizaciones (92% de respuestas favorables para PAE5). El 75% de los estudiantes de Ingeniería Ambiental consideran que los empresarios son organizados (PAE6). Únicamente el 25% de los encuestados creen que los empresarios tienen poca preparación académica pero un porcentaje mayor tiene dudas frente a esta afirmación (33% de respuestas neutrales para PAE7).

Solamente el 33% de estudiantes considera que los empresarios nariñenses son poco éticos, justos y socialmente responsables pero un porcentaje de importancia no está seguro completamente (25% de respuestas neutras para PAE8).

Un gran porcentaje de los estudiantes de Ingeniería Ambiental (75% de respuestas positivas para PAE9) perciben que los empresarios locales son capaces de sobreponerse a las dificultades y el 83% consideran que tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo (PAE10). Finalmente, el 59% de encuestados piensan que a los empresarios locales les gusta adaptarse al cambio y gestionarlo, pero hay un alto número de respuestas inciertas (51% de respuestas afirmativas y 49% de respuestas neutras para PAE11).

Se concluye entonces que los estudiantes de Ingeniería Ambiental tienen una percepción positiva de los empresarios locales y por tanto esta imagen favorable puede incidir en alto grado en su intención emprendedora. Consideran que a los empresarios nariñenses les gusta asociarse, los perciben como creativos e innovadores, les gusta asumir riesgos, son organizados, son capaces de sobreponerse a las dificultades, tienen buenas habilidades de gestión y se adaptan con facilidad al cambio.

Gráfica 122. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental



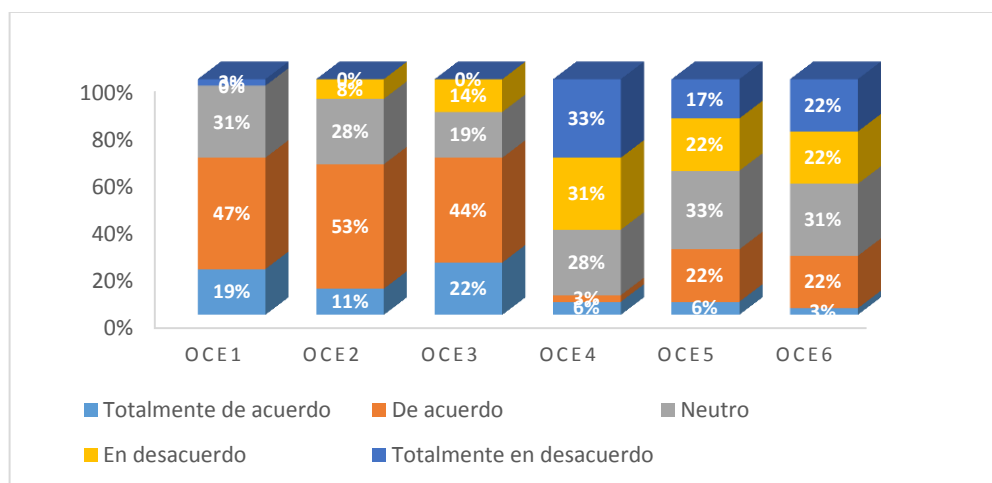
Fuente: Esta investigación

Para este factor, los estudiantes de Ingeniería Ambiental en un porcentaje considerable manifiestan no tener formación en técnicas para generar ideas de negocio, aunque en un porcentaje igualmente importante se presenten dudas con esta afirmación (41% de respuestas favorables y 33% de respuestas neutras para RZ1). Únicamente el 8% de estudiantes de Ingeniería Ambiental consideran no tener las habilidades suficientes para generar sus propias ideas de negocio, pero un porcentaje mayor de alumnos existen dudas (25% de respuestas neutras para RZ2). Es muy alto el porcentaje de estudiantes de Ingeniería Ambiental que manifiestan conocer metodologías de ideación (66% de respuestas positivas para RZ3) pero únicamente el 16% de encuestados consideran que este proceso es difícil (RZ4).

Se deduce entonces que los estudiantes de Ingeniería Ambiental consideran que no tienen la formación suficiente en técnicas de ideación, sin embargo, afirman conocer metodologías para la generación de ideas de negocio, perciben que tienen las habilidades para ello y piensan que este no es un proceso difícil y por tanto existe la disponibilidad de identificar nuevas oportunidades de emprender.

7.3.1.4 Facultad de Ciencias Agrícolas

Gráfica 123. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas



Fuente: Esta investigación

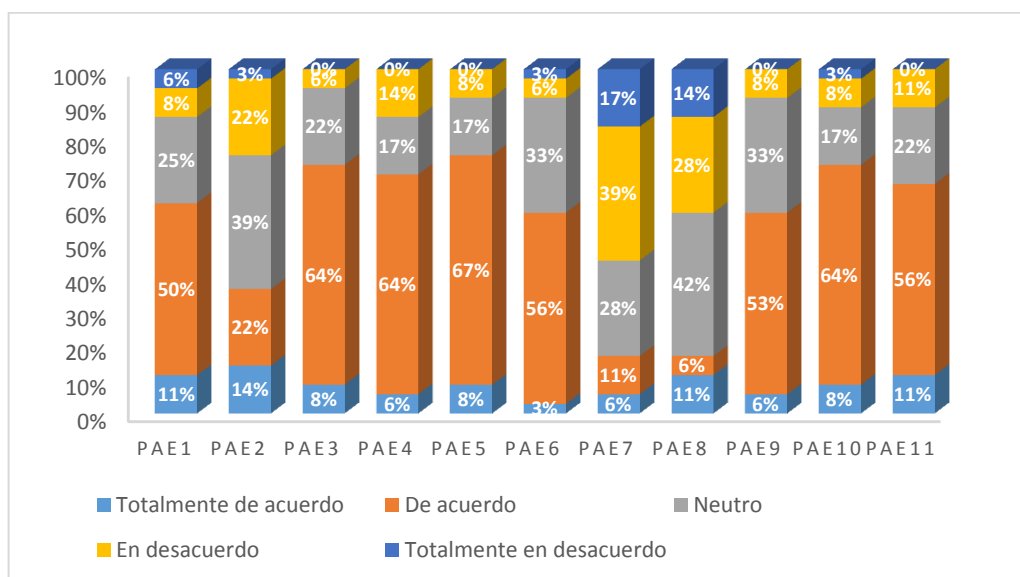
Como se puede observar en el gráfico, el 56% de los estudiantes de la FACIA considera que la falta de capital podría ser una limitante de gran importancia a la hora de crear empresa (OCE1). Para el 64% de encuestados uno de los mayores obstáculos que se pueden presentar son los altos impuestos y exceso de trámites (64% de respuestas afirmativas para OCE2).

Gran parte de los estudiantes también consideran que el poco apoyo estatal y privado limita la creación de empresa (66% de respuestas afirmativas para OCE3).

Solamente el 9% de los encuestados consideran que su carrera profesional no está orientada a la creación de empresa (OCE4). La falta de socios para crear empresa podría ser percibida como una barrera para iniciar una empresa en unos pocos casos (28% de respuestas positivas para OCE5). El 31% de estudiantes de la FACIA tiene dudas frente a su potencial emprendedor porque piensan que no poder producir o fabricar algún producto sería un obstáculo difícil de superar (OCE6).

Por tanto, los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas perciben como principales barreras para poder iniciar su propia empresa en la región la falta de apoyo de entidades estatales y privadas, los altos impuestos y exceso de trámites y la falta de capital.

Gráfica 124. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas



Fuente: Esta investigación

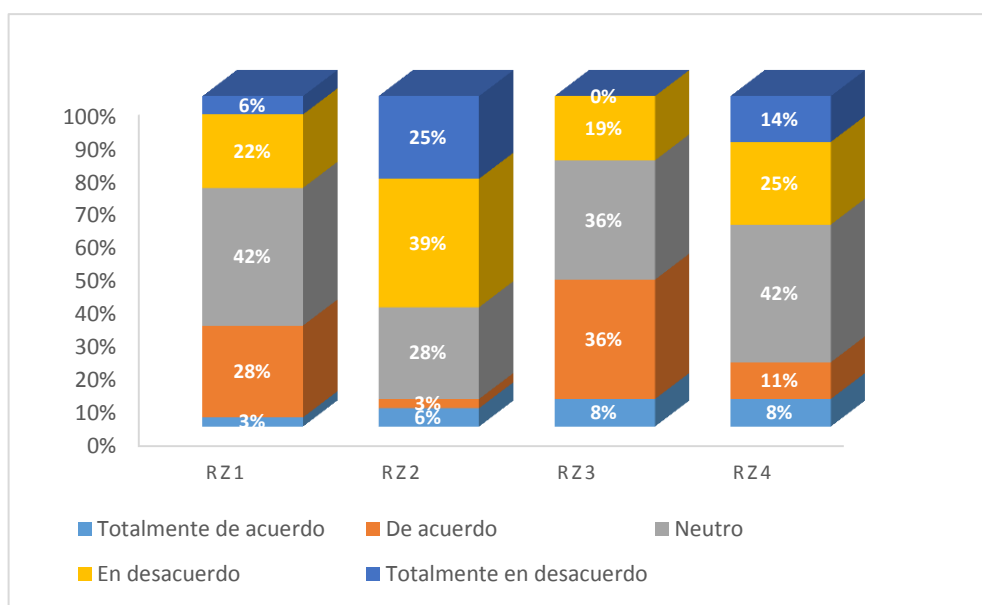
El 61% de los encuestados creen que el dinero es un factor más a tener en cuenta para crear empresa (PAE1). El 39% de estudiantes de la FACIA tienen duda respecto a la afirmación de que a los empresarios nariñenses solamente les interesa ganar más dinero (PAE2) pero un gran porcentaje de encuestados piensan que a los empresarios locales les gusta asociarse (72% de respuestas positivas para PAE3). Para el 70% de estudiantes los empresarios nariñenses son creativos e innovadores (PAE4) y un número igualmente considerable de

encuestados perciben que a los empresarios nariñenses les gusta asumir riesgos (75% de respuestas favorables para PAE5). También se piensa que los empresarios locales son organizados (59% de respuestas positivas para PAE6). Gran parte de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas tienen piensan que los empresarios locales si tienen buena preparación académica (56% de respuestas negativas para PAE7).

El 42% de los estudiantes de la FACIA tienen dudas respecto a la afirmación de que los empresarios nariñenses son poco éticos, justos y responsables socialmente (PAE8). Para el 59% de encuestados los empresarios locales son capaces de sobreponerse a las dificultades (PAE9), el 72% de los encuestados perciben que los empresarios locales tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo (PAE10) y el 67% considera que el empresario local no tiene problemas a la hora de adaptarse al cambio y gestionarlo (PAE11).

Se puede observar que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas tienen una percepción positiva del empresario nariñense, los consideran creativos e innovadores, dotados de buenas habilidades de gestión, con gusto por la asociatividad, generadores de cambio, capaces de asumir riesgos para lograr el crecimiento de sus organizaciones, organizados y preparados para superar cualquier dificultad. Por tanto. la imagen favorable del empresario nariñense tiene una incidencia positiva en la intención emprendedora de los estudiantes de la FACIA.

Gráfica 125. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas



Fuente: Esta investigación

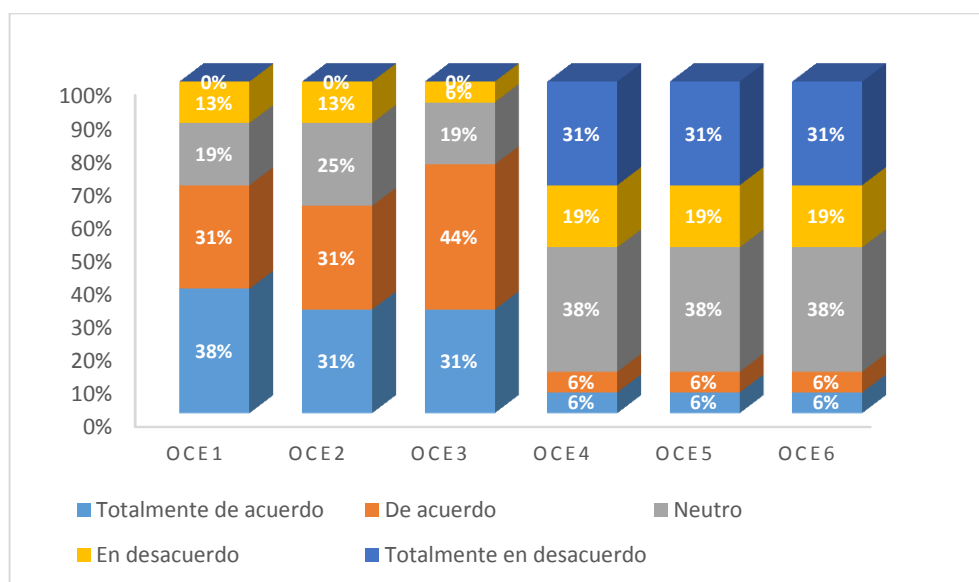
Del gráfico anterior se puede extraer que solamente el 31% de los estudiantes de la FACIA consideran que no tienen la formación suficiente en técnicas para generar ideas de negocio (RZ1) aunque la mayoría de estudiantes no estén de acuerdo con la afirmación que cuestiona si tienen las habilidades suficientes para generar ideas de negocio (64% de respuestas negativas para RZ2). El 44% de encuestados creen conocer metodologías de ideación, sin embargo, un porcentaje considerable tiene dudas al respecto (36% de respuestas neutras para RZ3). Finalmente, el 42% de estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas tienen dudas frente a la complejidad del proceso de generación de ideas de negocio y solamente un bajo porcentaje piensa que no es difícil (20% de respuestas afirmativas para RZ4).

Con la información anterior es posible concluir que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad de Nariño perciben que no tienen la formación suficiente en las diferentes metodologías de ideación, desconocen la complejidad del proceso, pero no ponen en duda sus habilidades personales para en algún momento dado realizar ejercicios de identificación de oportunidades de negocio.

7.3.2. Facultad de Artes

7.3.2.1 Programa de Diseño Gráfico

Gráfica 126. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico.

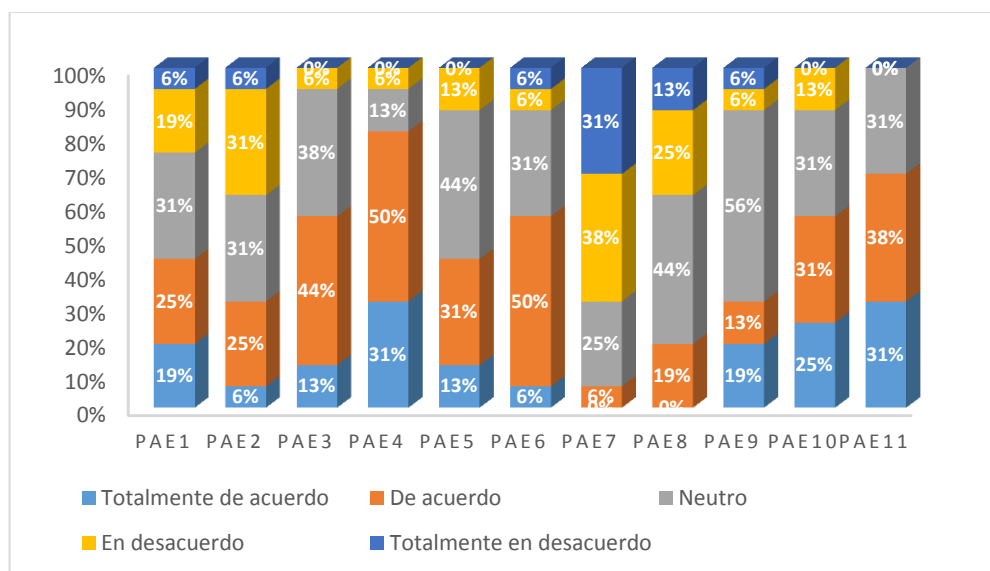


Fuente: Esta investigación

Como obstáculos para crear empresa el 69% de los estudiantes de Diseño Gráfico considera falta de capital como un factor de gran importancia (OCE1). El 62% de encuestados afirma que una de las mayores dificultades que se pueden presentar son los altos impuestos y exceso de trámites (OCE2). Gran parte de los estudiantes consideran que el poco apoyo estatal y privado limita la creación de empresa (75% de respuestas afirmativas para OCE3). Existen opiniones divididas frente a la afirmación de que su carrera profesional no está orientada a la creación de empresa, pero en algunos todavía existen dudas (50% de respuestas negativas y 38% de respuestas neutras para OCE4). La misma situación se observa cuando se pregunta si la falta de socios para crear empresa es un obstáculo para crear una empresa (50% de respuestas negativas y 38% de respuestas neutras para OCE5). En el mismo sentido existe incertidumbre respecto a que un obstáculo para iniciar un negocio sería el no poder producir o fabricar algún producto (50% de respuestas negativas y 38% de respuestas neutras para OCE6).

Por tanto, se concluye que los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico perciben como principales barreras para la creación de empresas en la región la falta de apoyo de entidades públicas y privadas, falta de capital y los altos impuestos y exceso de trámites.

Gráfica 127. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico



Fuente: Esta investigación

Para el 44% de estudiantes del Programa de Diseño Gráfico el dinero es un factor más que hace parte de un conjunto más amplio de los que se requiere para crear empresa, sin embargo, existen dudas con esta afirmación (31% de respuestas

neutras para PAE1). El 37% de estudiantes piensan que el ganar dinero no es el único interés de los empresarios locales (37% de respuestas negativas para PAE2) y más de la mitad de los encuestados creen que a los empresarios locales les gusta asociarse (57% de respuestas positivas para PAE3).

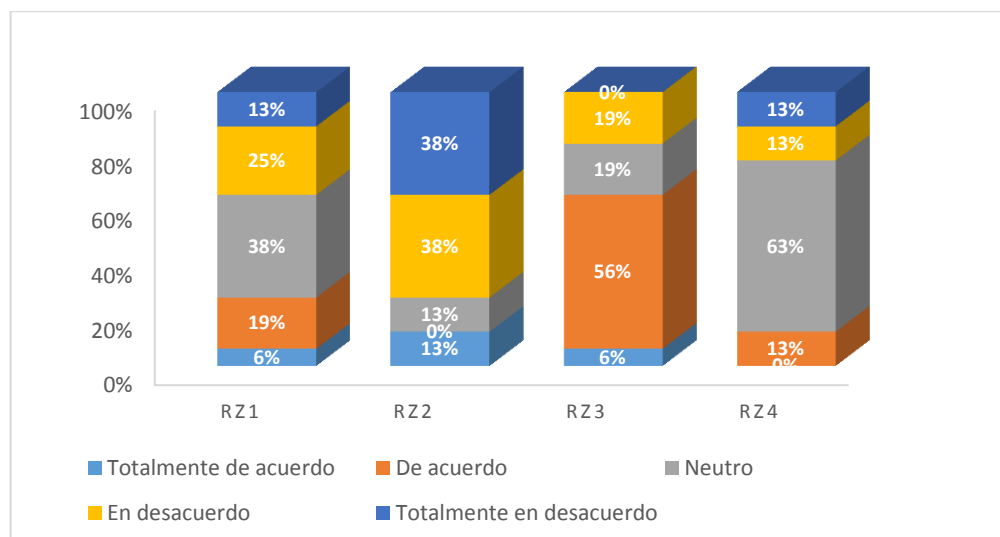
El 81% de los encuestados perciben a los empresarios nariñenses como creativos e innovadores (PAE4) pero existen dudas cuando se pregunta si a los empresarios nariñenses les gusta asumir riesgos calculados para el crecimiento de sus organizaciones (44% de respuestas favorables y 44% de respuestas neutras para PAE5). La capacidad de organización de los empresarios locales es considerada adecuada por los estudiantes de Diseño Gráfico (56% de respuestas afirmativas para PAE6) y gran parte de los encuestados no está de acuerdo con la afirmación sobre el bajo grado de preparación académica de los empresarios locales (69% de respuestas negativas para PAE7).

Existen dudas cuando se pregunta si se considera a los empresarios nariñenses como poco éticos, justos y responsables socialmente (44% de respuestas neutras para PAE8) pero una incertidumbre mayor se presenta cuando se cuestiona sobre la capacidad que tienen los empresarios nariñenses de sobreponerse a las dificultades (56% de respuestas neutras para PAE8).

Finalmente, los estudiantes de Diseño Gráfico consideran que los empresarios locales tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo (56% de respuestas positivas para PAE10) y un porcentaje mayor coincide en afirmar que el empresario local se adapta con facilidad al cambio y lo genera (69% de respuestas afirmativas para PAE11).

Se concluye entonces que los estudiantes de Diseño Gráfico tienen una percepción positiva de los empresarios locales. Las principales razones por las cuales los admiran son en su orden de importancia: la creatividad e innovación, la disposición a la asociación, la capacidad organizativa, la adaptación al cambio y las buenas habilidades gerenciales.

Gráfica 128. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico



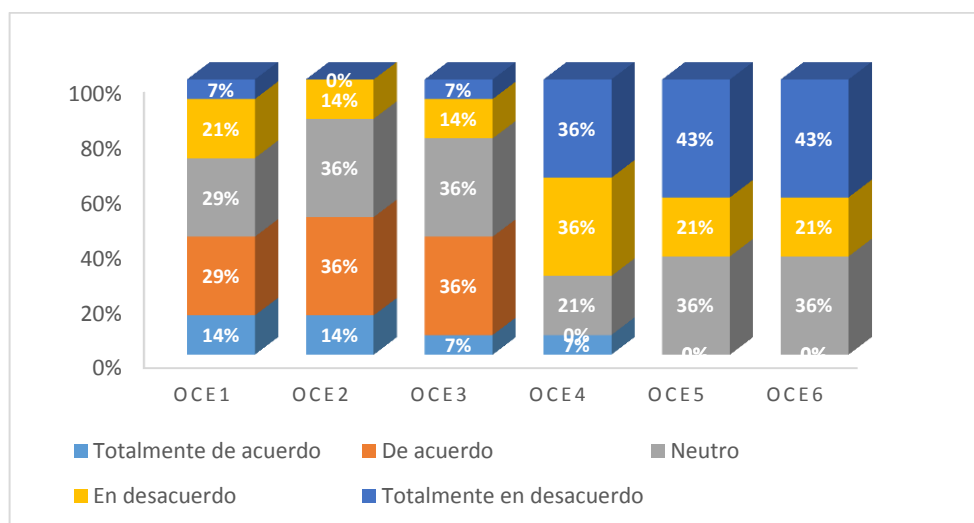
Fuente: Esta investigación

En este apartado final se observa que un porcentaje considerable de estudiantes tienen dudas frente a su nivel de formación en técnicas para generar ideas de negocio (38% de respuestas negativas y 38% de respuestas neutras para RZ1) aunque la mayoría de los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico no están de acuerdo con la afirmación que cuestiona sus habilidades para generar ideas de negocio (76% de respuestas negativas para RZ2). El 62% de encuestados manifiestan conocer metodologías de ideación (RZ3) aunque un gran porcentaje de estudiantes de Diseño Gráfico tiene incertidumbre sobre qué tan difícil es realmente este proceso (63% de respuestas neutras para RZ4).

Se concluye entonces que los estudiantes del Programa de Diseño Gráfico consideran que no tienen la formación suficiente en procesos de ideación, sin embargo, más de la mitad de los encuestados manifiestan conocer las técnicas, creen tener las habilidades suficientes para afrontar este reto, pero no saben realmente que tan difícil es el proceso.

7.3.2.2 Programa de Diseño Industrial

Gráfica 129. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Diseño Industrial



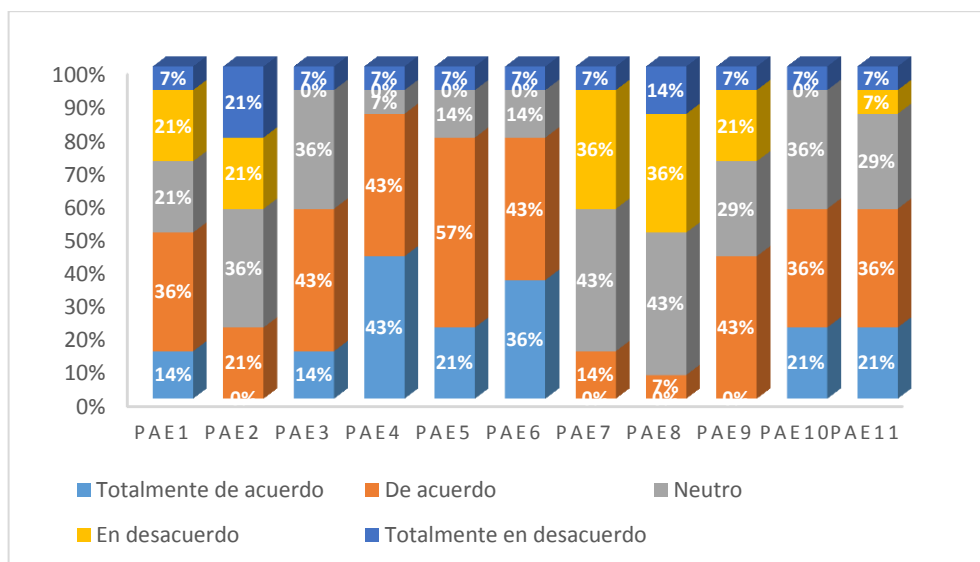
Fuente: Esta investigación

El 43% de los estudiantes de Diseño Industrial perciben que la falta de capital es una barrera importante a la hora de crear su propia empresa (OCE1). En el mismo sentido los altos impuestos y el exceso de trámites podrían ser una dificultad considerable (50% de respuestas afirmativas para OCE2) así como la falta de apoyo de entidades privadas y públicas (43% de respuestas positivas para OCE3) lo que indica que tienen una percepción negativa del entorno institucional que rodea el emprendimiento en el país.

Los estudiantes del programa de Diseño Industrial en su gran mayoría (72% de respuestas negativas para OCE4) no comparten la afirmación que su carrera profesional no es para crear empresa. La falta de socios para crear empresa no se percibe como limitación para crear empresa en la mayoría de los casos (64% de respuestas negativas para OCE5), situación parecida con la variable OCE6 donde los estudiantes del Programa de Diseño Industrial se alejan de la afirmación relacionada a que no tienen conocimientos específicos en producir y fabricar algún producto (64% de respuestas negativas para OCE5).

Entonces se puede afirmar que los estudiantes del Programa de Diseño Industrial consideran como principales obstáculos para crear empresa los altos impuestos y exceso de trámites, la falta de capital y la falta de apoyo estatal y privado,

Gráfica 130. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial



Fuente: Esta investigación

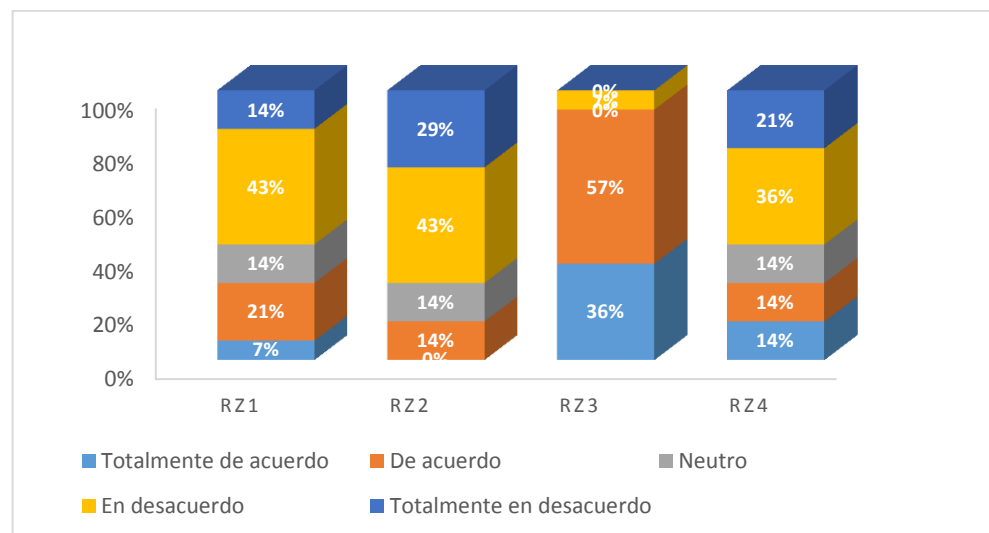
Un buen porcentaje de encuestados consideran que el dinero es un factor importante mas no determinante a la hora de crear una empresa (50% de respuestas positivas para PAE1) pero solamente el 21% de estudiantes consideran que la ganancia de dinero es el único interés de los empresarios (PAE2). El 57% de los estudiantes del Programa de Diseño Industrial perciben que a los empresarios locales les gusta asociarse con otros para buscar beneficios en común (PAE3).

Se considera a los empresarios nariñenses como creativos e innovadores por el 86% de los encuestados (PAE4) y un porcentaje similar considera que asumen riesgos para lograr el crecimiento de sus organizaciones (78% de respuestas positivas para PAE5). El 79% de estudiantes de Diseño Industrial piensan que los empresarios regionales tienen gran capacidad de organización (PAE6) pero el 43% de encuestados tienen duda frente al bajo grado de preparación académica de los empresarios (43% de respuestas neutras para PAE7).

La afirmación que menciona que los empresarios tienen escaso criterio ético, de justicia y de responsabilidad social no es compartida por la mayoría de estudiantes (50% de respuestas negativas para PAE8) y para el 43% de los encuestados los empresarios nariñenses se sobreponen fácilmente a las dificultades (PAE9). El 57% de estudiantes del Programa de Diseño Industrial piensan que los gerentes tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo (PAE10) y el mismo porcentaje de los encuestados piensan que los empresarios locales se adaptan fácilmente al cambio (57% de respuestas positivas para PAE11).

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Diseño Industrial admiran a los empresarios regionales porque perciben que tienen mentalidad creativa e innovadora, asumen riesgos calculados, tienen gran capacidad de organización, les gusta asociarse, poseen buenas habilidades de gestión y se adaptan al cambio.

Gráfica 131. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Diseño Industrial



Fuente: Esta investigación

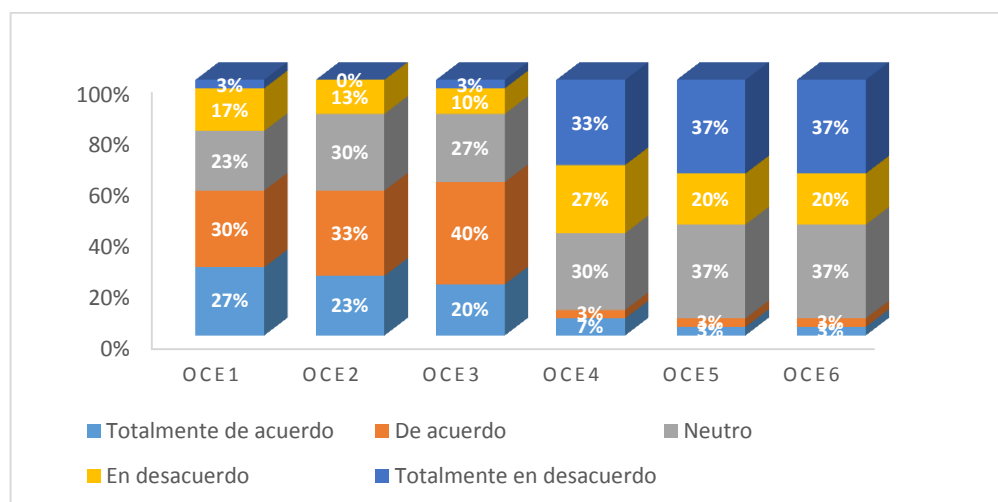
Solamente el 28% de los estudiantes de Diseño Industrial consideran que no tienen la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio, pero la mayoría de encuestados no está de acuerdo con la afirmación que pone en duda sus habilidades para generar ideas de negocio (72% de respuestas negativas para RZ2).

Casi la totalidad de los encuestados manifiestan conocer metodologías para generar ideas de negocio (93% de respuestas positivas para RZ3) y un bajo porcentaje de encuestados piensan que generar ideas de negocio es demasiado difícil (28% de respuestas positivas para RZ4).

En conclusión, los estudiantes de Diseño Industrial en su gran mayoría conocen metodologías de ideación, pero no han sido lo suficientemente formados en las mismas. Así mismo piensan que generar ideas de negocio no es demasiado difícil y confían en sus habilidades emprendedoras.

7.3.3. FACULTAD DE ARTES

Gráfica 132. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de la Facultad de Artes



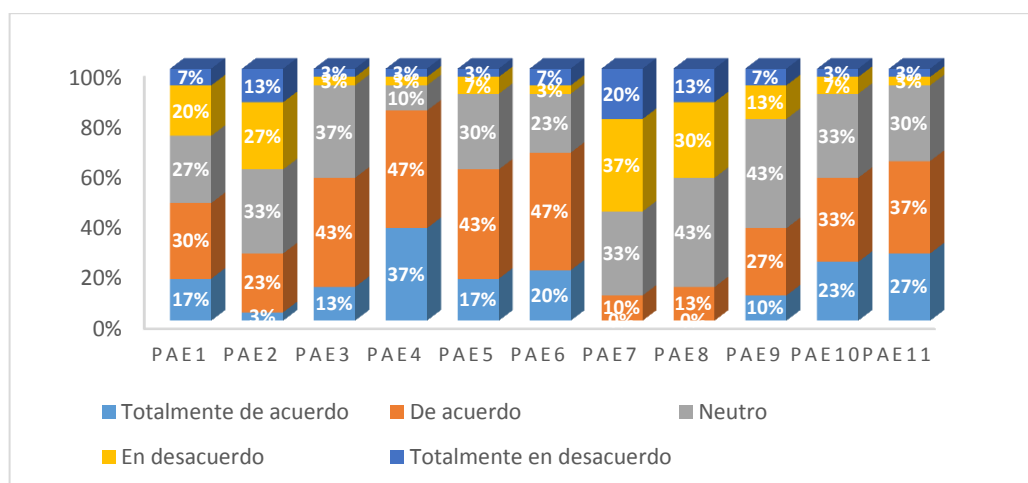
Fuente: Esta investigación

Como obstáculos para crear empresa en la mayoría de los casos se considera la falta de capital (57% de respuestas favorables para OCE1), también los altos impuestos y exceso de trámites (56% de respuestas positivas para OCE2) y el insuficiente apoyo estatal y privado para crear empresa (60% de respuestas afirmativas para OCE3). Solamente el 10% de los encuestados consideran que su carrera profesional no está orientada a la creación de empresa (OCE4).

La falta de socios para crear empresa se considera una limitante para iniciar una empresa únicamente por el 6% de los estudiantes de la Facultad de Artes (6% de respuestas positivas para OCE5) y el mismo porcentaje afirma no tener las capacidades para producir o fabricar algún producto (6% de respuestas favorables para OCE6).

Por tanto, se concluye que la principal causa considerada como limitante para crear empresa de parte de los estudiantes es la falta de apoyo por entidades públicas y privadas, seguida en su orden por la falta de capital y los altos impuestos y el exceso de trámites.

Gráfica 133. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Facultad de Artes



Fuente: Esta investigación

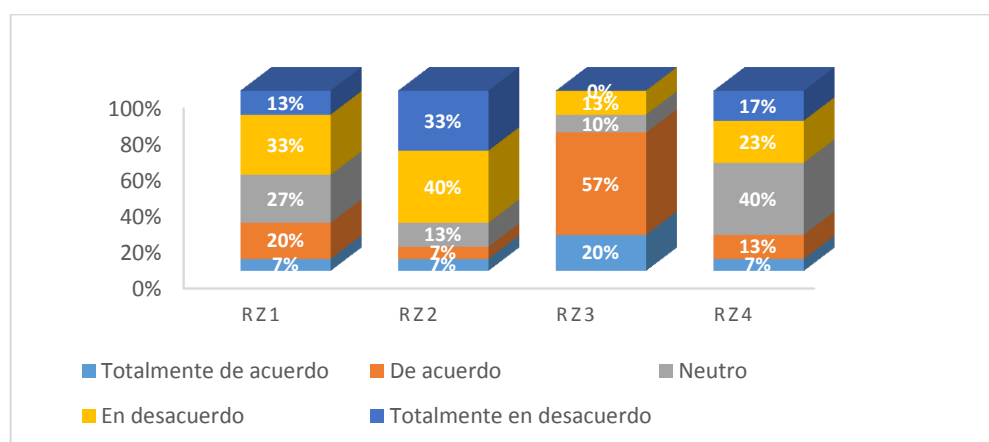
Gran parte de los estudiantes de la Facultad de Artes coinciden en afirmar que el dinero es un factor más para crear empresa (47% de respuestas positivas para PAE1). Solamente el 26% de encuestados piensan que el ánimo de lucro es el mayor impulsor de los empresarios locales (PAE2) pero el 56% creen que es de interés de los mismos asociarse (PAE3). El 84% de los estudiantes consideran que los empresarios nariñenses tienen mentalidad creativa e innovadora (PAE4) y el 60% de encuestados consideran que los empresarios asumen riesgos para lograr crecimiento en sus organizaciones (PAE5).

La capacidad de organización de los empresarios locales también recibe una percepción positiva de los estudiantes de la Facultad de Artes (67% de respuestas favorables para PAE6). Solamente el 10% de los encuestados piensan que los empresarios locales tienen baja preparación académica (PAE7) y el 13% de estudiantes considera que los empresarios nariñenses son poco éticos, justos y socialmente responsables (PAE8).

Un gran porcentaje de los estudiantes de la Facultad de Artes tienen duda frente a la afirmación de que los empresarios locales son capaces de sobreponerse a las dificultades (43% de respuestas neutras para PAE9), pero más de la mitad de encuestados consideran que los empresarios nariñenses tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo (56% de respuestas positivas para PAE10) y también piensan que les gusta adaptarse al cambio y gestionarlo (64% de respuestas afirmativas para PAE11).

Se resalta entonces que los estudiantes de la Facultad de Artes tienen una percepción positiva de los empresarios locales y por tanto esta imagen favorable puede incidir en alguna medida en su intención emprendedora. En su orden están de acuerdo con afirmar que los emprendedores de la región son creativos e innovadores, son organizados, les gusta adaptarse al cambio, asumen riesgos, les gusta asociarse y tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo.

Gráfica 134. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Facultad de Artes



Fuente: Esta investigación

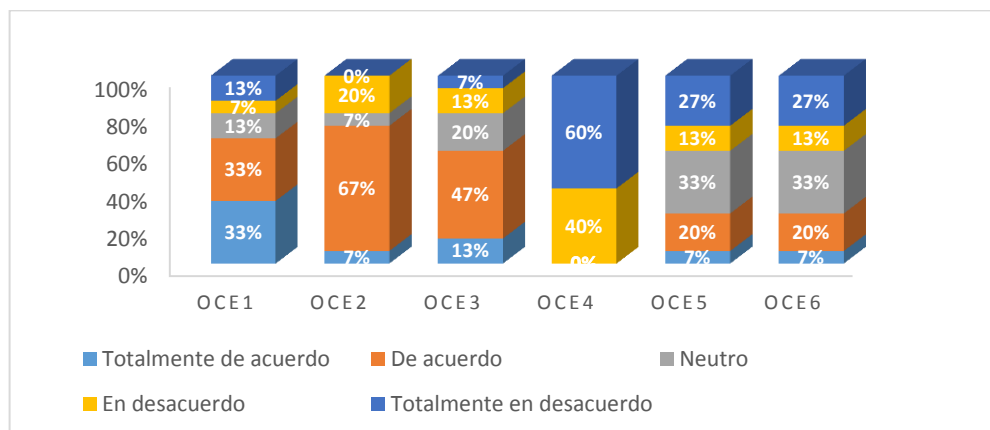
Para este ítem, los estudiantes de la Facultad de Artes en un bajo porcentaje manifiestan no tener formación en técnicas para generar ideas de negocio (27% de respuestas favorables para RZ1) y solamente el 14% consideran no tener las habilidades suficientes para generar sus propias ideas de negocio (RZ2). El 77% de alumnos manifiestan conocer metodologías de ideación (RZ3) y gran parte de encuestados tienen dudas frente a qué tan difícil es el proceso de ideación (RZ4).

En conclusión, los estudiantes de la Facultad de Artes en su gran mayoría conocen metodologías de ideación, pero no han sido lo suficientemente formados en las mismas. Sin embargo, existen dudas en cuanto a la complejidad del proceso de generación de ideas de negocio o en cuanto a si son suficientes sus habilidades para la ideación.

7.3.4. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

7.3.4.1. Programa de Administración de Empresas.

Gráfica 135. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Administración de Empresas.



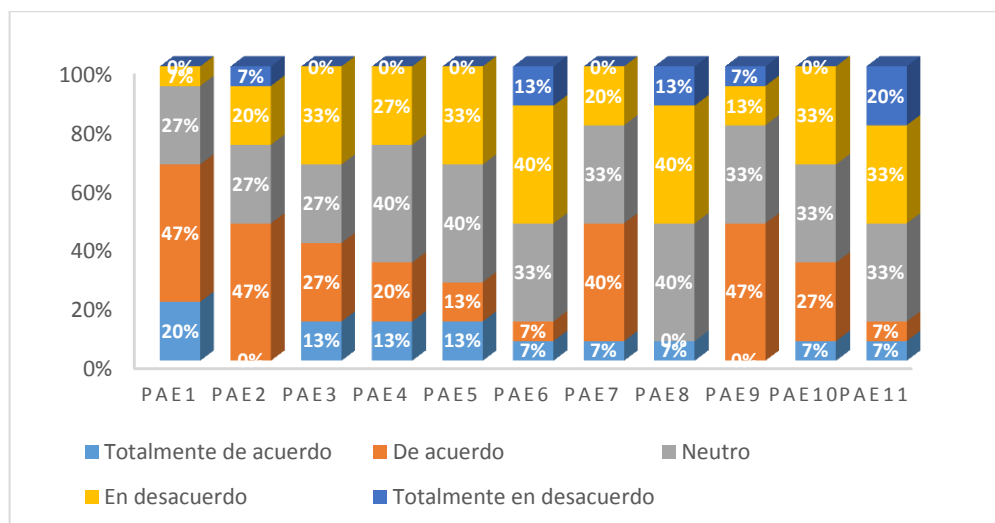
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes consideran que algunos de los principales problemas que se les puede presentar a la hora de crear su propia empresa son el escaso capital (66% de respuestas positivas para OCE1), los impuestos y trámites legales (74% de respuestas positivas para OCE2) y la falta de apoyo gubernamental (60% de respuestas positivas para OCE3) lo que indica que tienen una percepción negativa del entorno institucional que soporta el emprendimiento en el país.

Para este caso en particular no están de acuerdo con que su carrera profesional no es para crear empresa (100% de respuestas negativas para OCE4). Es una respuesta evidente para un programa de una Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas en donde en muchos espacios académicos se abordan temas relacionados al emprendimiento.

Solamente el 27% de estudiantes se manifiestan de acuerdo frente a la afirmación de que una limitación para crear empresa es la falta de socios (OCE5) así como también frente a la excusa de que no se puede crear empresa porque no se tiene el conocimiento de producir o prestar un producto o servicio determinado (27% de respuestas favorables para OCE6).

Gráfica 136. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas



Fuente: Esta investigación

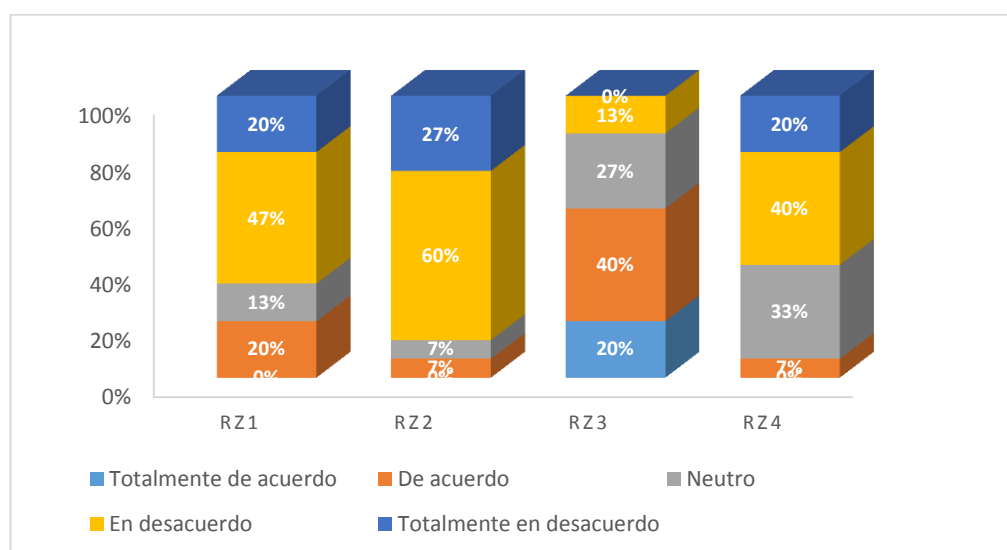
Los estudiantes del Programa de Administración de Empresas perciben que se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio (67% de respuestas favorables para PAE1) pero consideran que a los empresarios nariñenses lo único que les interesa es el dinero (47% de respuestas favorables para la afirmación PAE2). También perciben que los empresarios son poco receptivos a la hora de buscar asociación con otros similares (27% de respuestas neutras y 33% en desacuerdo para PAE3).

No se considera tampoco a los empresarios nariñenses como creativos e innovadores (40% de respuestas neutras para PAE4), ni como preparados a la hora de asumir cualquier tipo de riesgo (40% de respuestas neutras para PAE5). Tampoco observan en los mismos gran capacidad de organización (14% de respuestas favorables para PAE6). Existe duda frente al grado de preparación académica de los empresarios porque el 53% de estudiantes consideran que son poco preparados, pero el 40% tienen dudas al respecto (PAE7).

La afirmación de que los empresarios son poco éticos y responsables socialmente (PAE8) no es percibida como cierta por los estudiantes (53% no están de acuerdo y 40% tienen dudas al respecto). No existe seguridad plena tampoco si los empresarios se sobreponen fácilmente a las dificultades (47% respuestas positivas y 33% de respuestas neutras para PAE9) o si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo (34% de respuestas favorables y 33% de respuestas neutras para PAE10). Finalmente se evidencia que los estudiantes de Administración no comparten la afirmación respecto a que los empresarios nariñenses se adaptan fácilmente al cambio (33% de respuestas neutras y 53% de respuestas desfavorables para PAE11).

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Administración de Empresas consideran que el dinero no es el único factor determinante a la hora de crear una empresa pero que si es considerado como una medida de éxito por parte de los empresarios nariñenses. Además, perciben que los empresarios locales son poco creativos, no les gusta asumir riesgos, tienen poca capacidad de organización, no tienen buenos niveles de preparación académica, no se sobreponen fácilmente a las dificultades, no tienen buenas habilidades de gestión y no se adaptan fácilmente al cambio. Por tanto, se deduce que los empresarios regionales no son un referente a seguir o imitar y por tanto su ejemplo no incide favorablemente en la intención emprendedora.

Gráfica 137. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Administración de Empresas

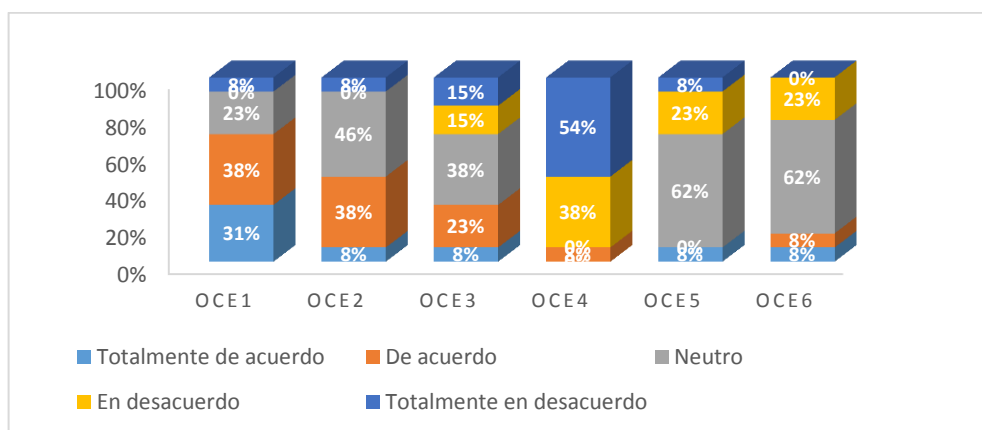


Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Administración de Empresas consideran que si tienen la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio (67% de respuestas negativas para RZ1), creen que tienen habilidades suficientes para generar ideas de negocio (87% de respuestas negativas para RZ2), consideran que conocen metodologías para generar ideas de negocio (60% de respuestas positivas para RZ3) y piensan que generar ideas de negocio no es del todo complicado (60% de respuestas negativas para RZ4). En conclusión, los estudiantes de Administración de Empresas creen que tienen la formación y las habilidades suficientes para generar ideas de negocio.

7.3.4.2. Programa de Comercio Internacional

Gráfica 138. Obstáculos para crear empresa que son percibidos por los estudiantes del Programa de Comercio Internacional



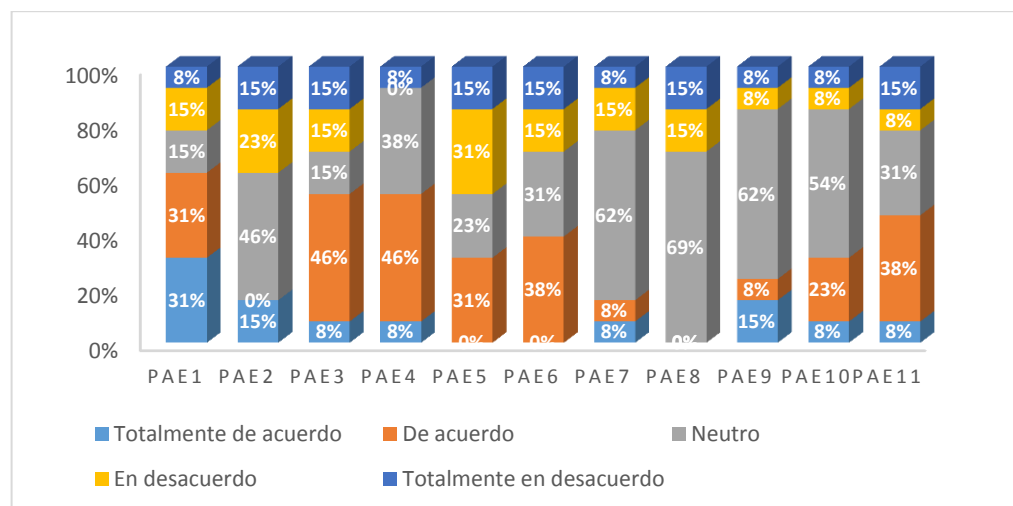
Fuente: Esta investigación

Una de las principales barreras para crear empresa identificada por los estudiantes de Comercio Internacional ha sido el escaso capital para invertir, siendo el factor en el que más coinciden los estudiantes (69% de respuestas positivas para OCE1), en cambio existen opiniones divididas cuando se pregunta si un obstáculo son los trámites e impuestos que hay que pagar para crear una empresa (46% de respuestas afirmativas y 46% de respuestas neutras para OCE2) y solamente el 31% de encuestados creen que la falta de apoyo estatal y privado limita poner en marcha un negocio, aunque este factor genera dudas en un porcentaje mayor de estudiantes de Comercio Internacional (38% de respuestas neutras para OCE3).

En el factor OCE4 donde se les pregunto a los estudiantes si su carrera universitaria no es para crear empresa, la mayoría respondieron no estar de acuerdo con esta afirmación en un 92% de ocasiones y frente a la barrera de falta de socios para crear empresa más de la mitad de los encuestados no están seguros si esto sería determinante para iniciar un negocio (62% de respuestas neutras para OCE5).

Situación similar de incertidumbre ocurre cuando el 62% de los estudiantes no están del todo seguros si el hecho de no poder producir o fabricar algún bien en particular se les puede convertir en obstáculo en su meta de ser empresarios. Por tanto, se puede evidenciar que la principal barrera para crear empresa percibida es la falta de capital, en las otras mencionadas no hay seguridad plena o se está en desacuerdo para este caso en particular del Programa de Comercio Internacional.

Gráfica 139. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.



Fuente: Esta investigación

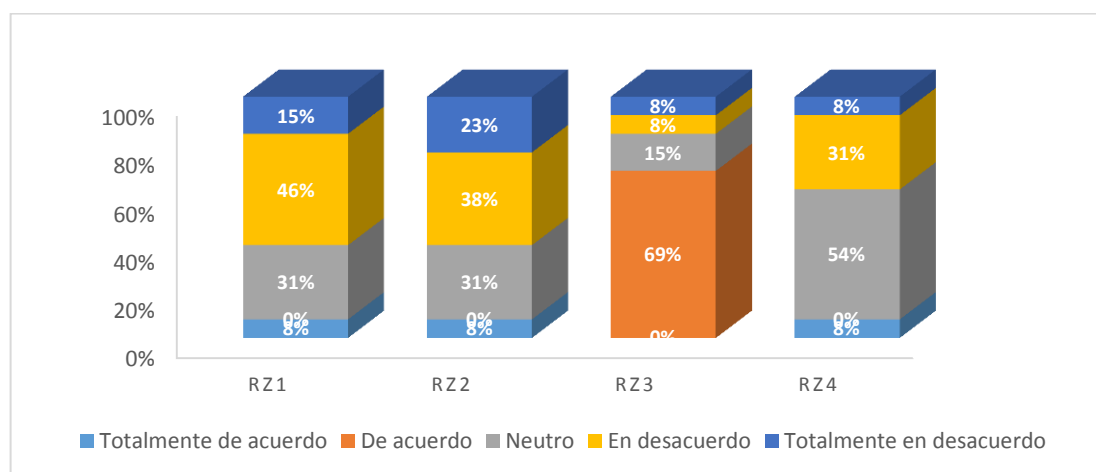
Los estudiantes están de acuerdo en un 62% de los casos con que el dinero es un factor más de los que se requiere para crear empresa (PAE1) pero en el 46% de las respuestas se tiene dudas en afirmar que ganar dinero es lo único que les interesa a los empresarios (PAE2). Para el 54% de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional a los empresarios les gusta asociarse con otros (PAE3) y un mismo porcentaje de encuestados considera que los emprendedores locales tienen mentalidad creativa e innovadora (54% de respuesta afirmativas para PAE4).

Solamente el 31% de los encuestados consideran que los empresarios asumen riesgos calculados para el crecimiento de sus empresas (PAE5), así mismo el 38% de estudiantes de Comercio Internacional piensan que los empresarios locales tienen gran capacidad de organización (PAE6). En el 62% de los estudiantes existen dudas frente al bajo grado de preparación académica de los empresarios (PAE7) y también existe un alto grado de incertidumbre cuando se cuestiona si los empresarios locales tienen escaso criterio de ética, justicia y responsabilidad social (69% de respuestas neutras para PAE8).

Consecuente a lo anterior, para el 62% de encuestados no es del todo cierto que los empresarios locales se saben sobreponer a las dificultades (PAE9) o que tengan buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo (54% de respuestas neutras para PAE10). Para finalizar, el 46% de los estudiantes de Comercio Internacional perciben que los empresarios locales se adaptan al cambio y lo gestionan, sin embargo, en un porcentaje considerable de estudiantes existen dudas al respecto.

Se puede deducir entonces que los estudiantes del Programa de Comercio Internacional no tienen una imagen favorable de los empresarios regionales, solamente resaltan que son creativos e innovadores y les gusta asociarse con otros. En la mayoría de factores existen dudas frente a las habilidades emprendedoras interrogadas, por tanto, se puede deducir que la imagen del empresario local no incide de manera positiva en su intención emprendedora.

Gráfica 140. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Comercio Internacional.



Fuente: Esta investigación

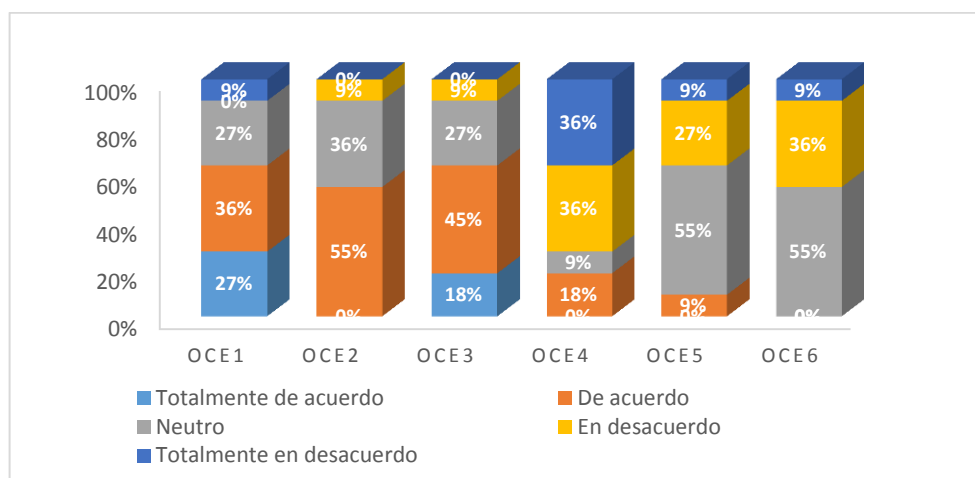
Solamente el 8% de los estudiantes del Programa de Comercio Internacional manifiesta que no tienen formación en técnicas para generar ideas de negocio (RZ1) y el mismo porcentaje de encuestados considera no tener habilidades suficientes para generar ideas de negocio (8% de respuestas favorables para RZ2).

En contraste con lo anterior el 69% de encuestados afirman conocer las metodologías para generar ideas de negocio (RZ3) y la gran mayoría de estudiantes de Comercio Internacional tienen dudas frente a qué tan difícil es generar ideas de negocio (54% de respuestas neutras para RZ4).

Se concluye que los estudiantes de Comercio Internacional conocen las metodologías de ideación y creen tener las habilidades suficientes para este tipo de ejercicios, por tanto, el nivel de formación recibido en estas temáticas puede incidir positivamente en su intención emprendedora.

7.3.4.3. Programa de Contaduría Pública

Gráfica 141. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.



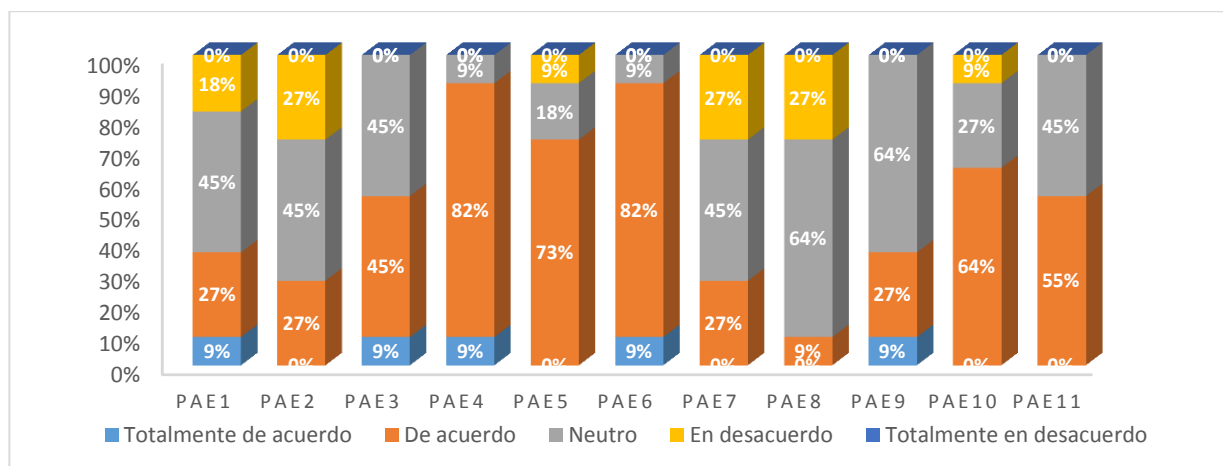
Fuente: Esta investigación

El camino para emprender tiene diferentes barreras que impiden llegar a conseguir el objetivo principal que es la creación de empresa. En la mayoría de los casos se considera la falta de recursos financieros una limitante (63% de respuestas positivas para OCE1), en el mismo sentido se perciben como barrera los altos impuestos y la cantidad de trámites (55% de respuestas afirmativas para OCE2). Adicionalmente se considera muy poco efectivo el apoyo de entidades públicas y privadas para crear empresa (63% de respuestas positivas para OCE3).

El 72% de los encuestados están en desacuerdo frente al hecho que su carrera profesional no está enfocada a la creación de empresa (OCE4). Cuando se habla de la carencia de socios para iniciar una empresa la mayoría de los encuestados tienen duda respecto a que se convierta en una barrera (55% de respuestas neutras para OCE5). Otra afirmación que genera incertidumbre en los estudiantes de Contaduría Pública es la de no saber producir o fabricar algún bien o servicio (55% de respuestas muestran duda frente a esta limitante OCE6).

Por tanto, se deduce que las principales barreras percibidas por los estudiantes del Programa de Contaduría Pública para emprender son el deficiente apoyo de entidades públicas y privadas, seguida en su orden por la falta de capital, los altos impuestos, el exceso de trámites y el poco conocimiento en la manufactura de productos.

Gráfica 142. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Contaduría Pública.



Fuente: Esta investigación

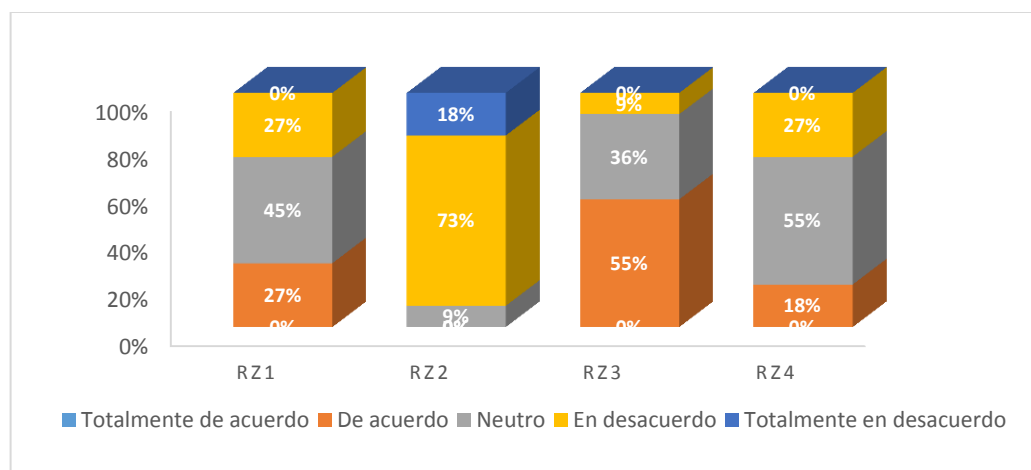
Los encuestados tienen una posición neutral cuando se afirma que el dinero solamente es un factor más de los que se requiere para crear empresa, (45% respuestas neutras para PAE1). Si se habla que el objetivo principal de los empresarios es ganar dinero casi la mitad de los encuestados tienen dudas (45% de respuestas neutras para PAE2). En cambio, más de la mitad de los estudiantes de Contaduría Pública piensan que los empresarios tienen interés por asociarse con otros inversionistas (54% de respuestas positivas para PAE3).

El 91% de los encuestados perciben alta creatividad e innovación en los empresarios nariñenses (PAE4) y piensan que los empresarios nariñenses toman riesgos medidos para lograr el crecimiento de sus empresas (73% de respuestas favorables para PAE5). La función gerencial de organización se destaca como una cualidad de los empresarios locales (91% de respuestas afirmativas para PAE6) y la mayoría de encuestados tienen dudas frente al nivel académico de los empresarios (45% de respuesta neutras para PAE7).

Solamente el 9% de los estudiantes considera que los empresarios nariñenses son poco comprometidos con la responsabilidad social, la ética y las razones de justicia, (64% de respuestas con duda para PAE8). La mayoría de los estudiantes encuestados no están seguros si los empresarios se saben sobreponer a las dificultades, (64% de respuestas neutras para PAE9), otras percepciones indican que los empresarios tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo (64% de respuestas positivas para PAE10) y que saben adaptarse al cambio y gestionarlo (55% de respuestas afirmativas para PAE11).

Es posible observar entonces que los estudiantes del Programa de Contaduría Pública resaltan de los empresarios de la región su mentalidad creativa e innovadora, sus capacidades de organización, su capacidad de asumir riesgos calculados y sus buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo.

Gráfica 143. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Contaduría.



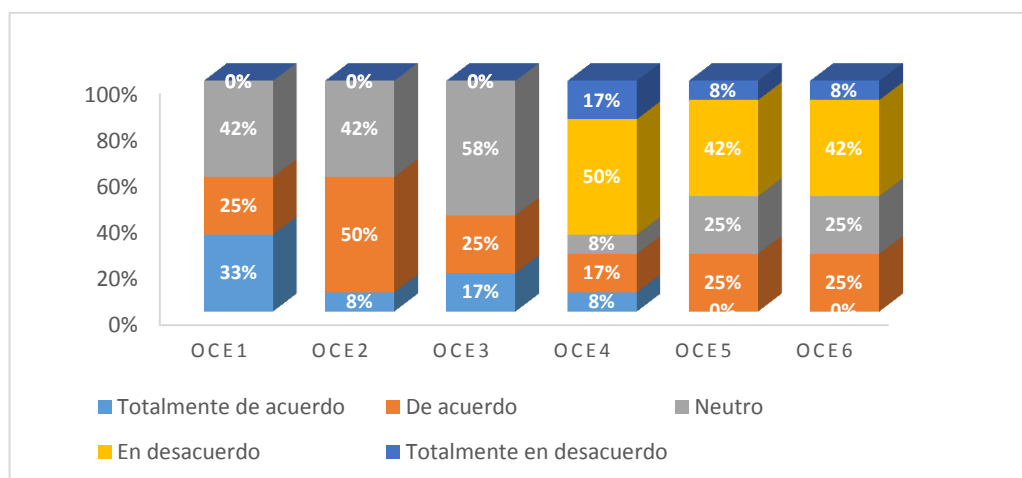
Fuente: Esta investigación

Se encuentra que un bajo porcentaje de los estudiantes manifiestan no tener formación en técnicas para generar ideas de negocio (27% de respuestas favorables para RZ1) y solo el 9% consideran no poseer algún tipo de habilidades para generar ideas de negocio (RZ2). En contraste tienen claro y conocen metodologías de generación de negocio (55% está de acuerdo con RZ3) y solo el 18% de encuestados piensan que generar ideas de negocio es un proceso complicado (RZ4).

Es posible entonces establecer que los estudiantes del Programa de Contaduría Pública afirman conocer metodologías de generación de ideas de negocio, piensan tener las habilidades para iniciar este proceso, pero no están seguros de que tan compleja es esta actividad.

7.3.4.4. Programa de Economía

Gráfica 144. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Economía



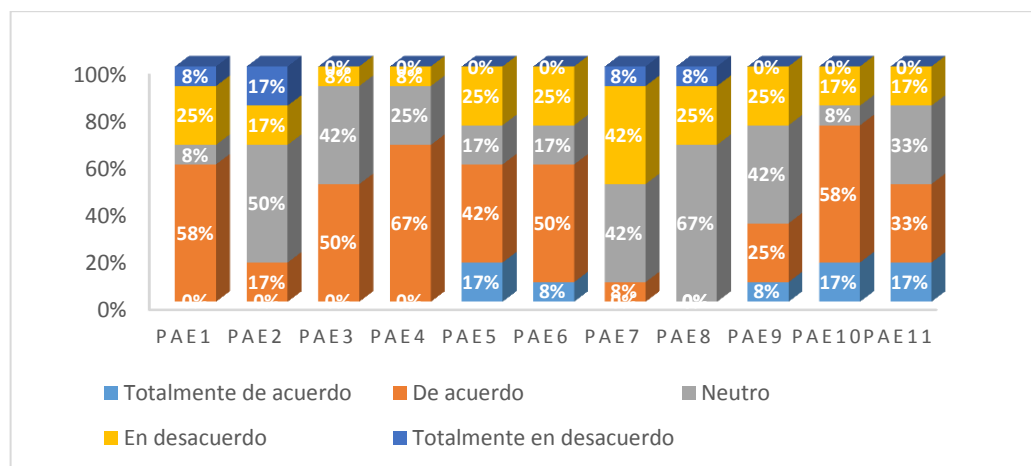
Fuente: Esta investigación

Como obstáculos para crear empresa en un gran porcentaje se considera la falta de capital (58% de respuestas favorables para OCE1), también se considera en un porcentaje equivalente una limitante los altos impuestos y exceso de trámites (58% de respuestas positivas para OCE2). Para el 42% de los estudiantes del Programa de Economía una de las mayores dificultades es el insuficiente apoyo estatal y privado para crear empresa, aunque para este caso en particular más de la mitad de estudiantes tienen dudas al respecto (58% de respuestas neutras para OCE3).

Únicamente el 25% de los encuestados consideran que su carrera profesional no está orientada a la creación de empresa (OCE4). La falta de socios para crear empresa se considera una limitante para iniciar una empresa únicamente por el 25% de los estudiantes (OCE5). Situación idéntica se presenta frente a considerar una limitante para crear empresa el hecho de no poder producir o fabricar algún producto (25% de respuestas neutras para OCE6).

Por tanto, se concluye que los estudiantes del Programa de Economía perciben como principales obstáculos para crear empresa la escasez de capital y los altos impuestos junto a el exceso de trámites.

Gráfica 145. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Economía



Fuente: Esta investigación

Un gran número de estudiantes consideran que el dinero es un factor más que hace parte de un conjunto más amplio de los que se requiere para crear empresa (58% de respuestas favorables para PAE1). La mitad de los encuestados tienen dudas cuando se cuestiona si el ánimo de ganar más dinero es lo único que interesa a los empresarios locales (50% de respuestas neutras para PAE2).

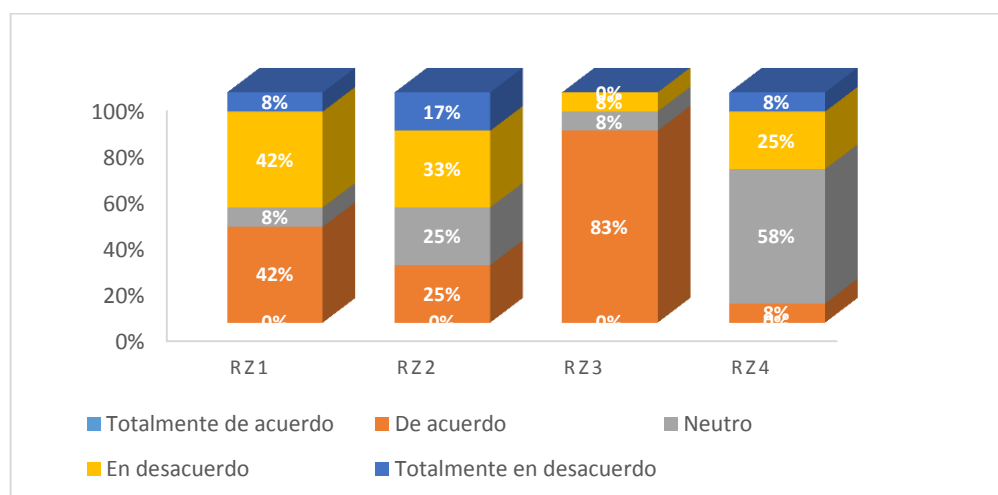
El 50% de los estudiantes de Economía creen que a los empresarios de la región les gusta asociarse (PAE3) y el 67% de los encuestados perciben a los empresarios nariñenses como creativos e innovadores (PAE4). Un porcentaje considerable de estudiantes de Economía perciben que a los empresarios les gusta asumir riesgos para lograr el crecimiento en sus organizaciones (59% de respuestas favorables para PAE5).

El 58% de los estudiantes de Economía consideran que los empresarios son organizados (PAE6) y la mitad de encuestados tienen dudas frente al bajo grado de preparación académica de los empresarios (8% de respuestas favorables y 42% de respuestas neutras para PAE7). El 67% de estudiantes tiene dudas cuando se pregunta si los empresarios nariñenses son poco éticos, justos y socialmente responsables (PAE8).

Un gran porcentaje de los estudiantes de Economía (42% de respuestas neutras para PAE9) tienen incertidumbre frente al hecho de que los empresarios locales son capaces de sobreponerse a las dificultades y el 75% consideran que tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo (PAE10). Finalmente, el 50% de encuestados piensan que a los empresarios locales les gusta adaptarse al cambio y gestionarlo (PAE11).

Se concluye entonces que los estudiantes de Economía tienen una percepción positiva de los empresarios locales y por tanto esta imagen favorable puede incidir en alto grado en su intención emprendedora. Consideran que los empresarios nariñenses tienen buenas habilidades de gestión, tienen mentalidad creativa e innovadora, les gusta asumir riesgos, son organizados, les gusta asociarse y se adaptan con facilidad al cambio.

Gráfica 146. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Economía



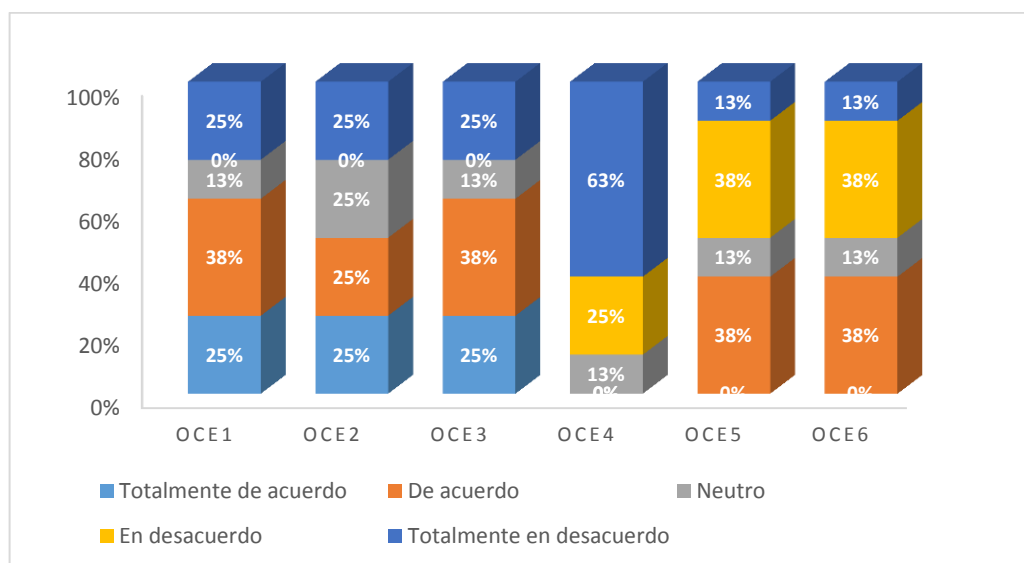
Fuente: Esta investigación

Para este factor, los estudiantes de Economía en un porcentaje considerable manifiestan no tener formación en técnicas para generar ideas de negocio (42% de respuestas favorables para RZ1). Únicamente el 25% de estudiantes de Economía consideran no tener las habilidades suficientes para generar sus propias ideas de negocio, pero un porcentaje igual de alumnos existen dudas (25% de respuestas neutras para RZ2). Es muy alto el porcentaje de estudiantes de Economía que manifiestan conocer metodologías de ideación (83% de respuestas positivas para RZ3) y en un gran número de encuestados existen dudas cuando se pregunta si generar ideas es un proceso es difícil (58% de respuestas neutras para RZ4).

Se deduce entonces que los estudiantes de Economía tienen dudas en cuanto a si tienen la formación suficiente en técnicas de ideación, a si son lo bastante hábiles para generar ideas de negocio o a si identificar ideas de negocio es un proceso difícil, sin embargo, en su mayoría afirman conocer metodologías para la generación de ideas de negocio.

7.3.4.5. Programa de Mercadeo

Gráfica 147. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Mercadeo



Fuente: Esta investigación

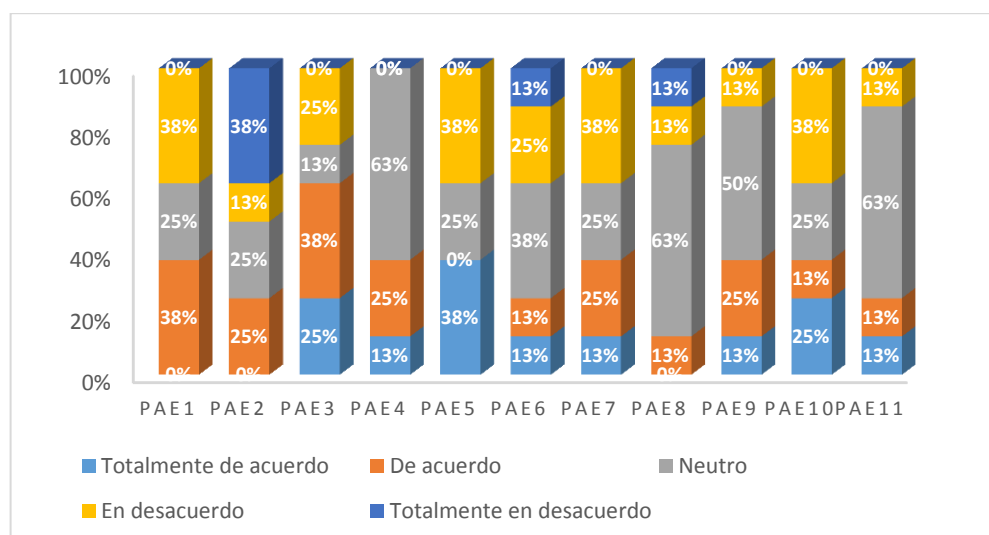
El camino para emprender tiene diferentes barreras que impiden llegar a conseguir el objetivo principal que es la creación de empresa. En la mayoría de los casos se considera la falta de recursos financieros una limitante (63% de respuestas positivas para OCE1), en el mismo sentido se perciben como barrera los altos impuestos y la cantidad de trámites (50% de respuestas afirmativas para OCE2).

Adicionalmente se considera muy poco efectivo el apoyo de entidades públicas y privadas para crear empresa (63% de respuestas positivas para OCE3).

El 88% de los encuestados están en desacuerdo frente al hecho que su carrera profesional no está enfocada a la creación de empresa (OCE4). Cuando se habla de la carencia de socios para iniciar una empresa solamente el 38% de los encuestados piensan que se convierta en una barrera (OCE5). El mismo porcentaje de estudiantes de Mercadeo creen que no saber producir o fabricar algún bien o servicio sería una limitante para iniciar su propio negocio (38% de respuestas positivas para OCE6).

Por tanto, se muestra que las principales barreras percibidas para emprender por los estudiantes del Programa de Mercadeo son el deficiente apoyo de entidades públicas y privadas, seguida en su orden por la falta de capital y finalmente los altos impuestos y exceso de trámites.

Gráfica 148. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Mercadeo



Fuente: Esta investigación

Los encuestados tienen una posición dividida cuando se afirma que el dinero es un factor más de los que se requiere para crear empresa (38% de respuestas favorables y 38% de respuestas negativas para PAE1). Si se habla que el objetivo principal de los empresarios es ganar dinero la mitad de los encuestados no está de acuerdo con esta afirmación (50% de respuestas negativas para PAE2). En cambio, más de la mitad de los estudiantes de Mercadeo piensan que los empresarios tienen interés por asociarse con otros inversionistas (63% de respuestas positivas para PAE3).

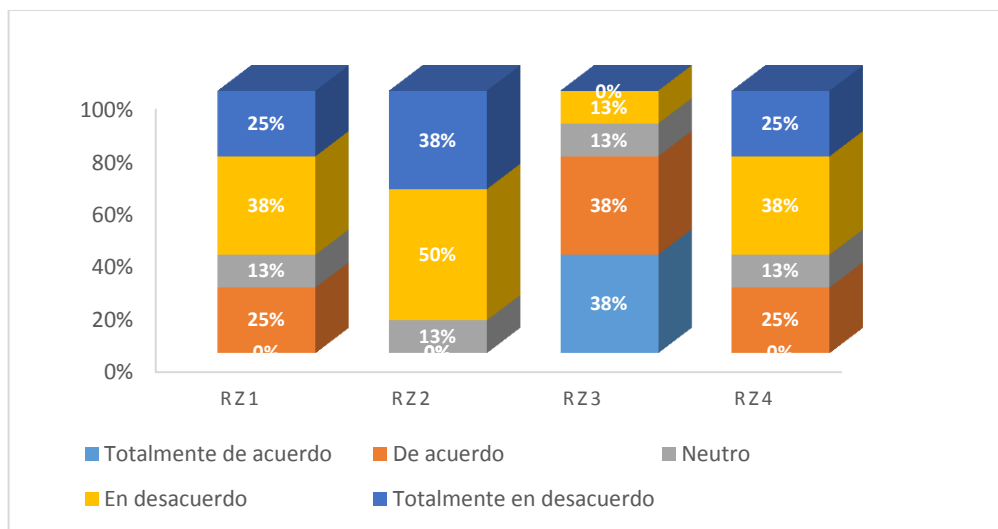
El 63% de los encuestados tienen dudas de la mentalidad creativa e innovadora de los empresarios nariñenses (PAE4) y existen opiniones divididas cuando se pregunta si los empresarios nariñenses toman riesgos medidos para lograr el crecimiento de sus empresas (38% de respuestas favorables y 38% de respuestas negativas para PAE5). La función gerencial de Organización es puesta en duda como una cualidad de los empresarios locales (38% de respuestas neutras y 38% de respuestas negativas para PAE6). La misma situación de incertidumbre se presenta cuando se interroga sobre el bajo grado de preparación académica de los empresarios (38% de respuestas favorables y 38% de respuestas negativas para PAE7).

Existen interrogantes frente al poco compromiso con la responsabilidad social, la ética y las razones de justicia de los empresarios nariñenses (63% de respuestas con duda o indiferencia para PAE8). La mitad de los estudiantes encuestados no tienen claro si los empresarios se saben sobreponer a las dificultades (50% de respuestas neutras para PAE9). Tampoco hay consenso cuando se cuestiona si

los empresarios nariñenses tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo (38% de respuestas favorables y 38% de respuestas negativas para PAE10) y en cuanto a si se adaptan fácilmente al cambio y lo gestionan (63% de respuestas neutras para PAE11).

Se observa entonces que los estudiantes del Programa de Mercadeo no tienen una percepción positiva de los empresarios nariñenses, en la mayoría de los casos tienen dudas frente a sus capacidades y habilidades y por tanto la imagen de los mismos no tiene una incidencia favorable en su intención emprendedora.

Gráfica 149. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Mercadeo.

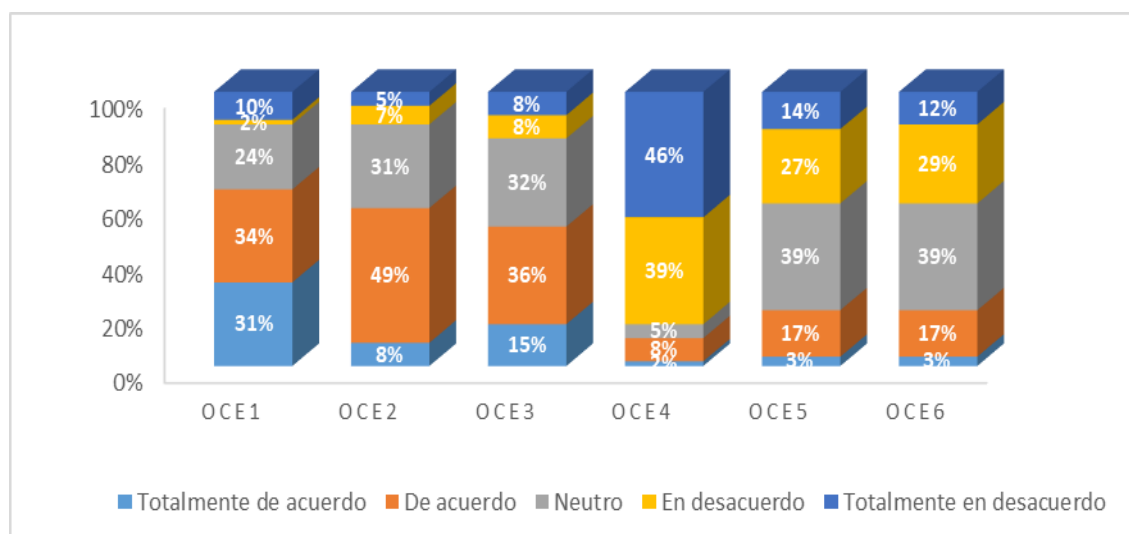


Fuente: Esta investigación

Se encuentra que solamente el 25% de estudiantes afirman no tener formación en técnicas para generar ideas de negocio (RZ1) y únicamente el 13% tienen dudas en sus habilidades para la ideación (RZ2). Contrariamente a lo anterior el 76% de encuestados conocen metodologías de generación de negocio (RZ3) y para el 25% de encuestados identificar ideas de negocio es un proceso complicado (RZ4). De lo anterior se puede inferir que los estudiantes del Programa de Mercadeo han recibido en su mayoría formación en técnicas para generar ideas de negocio, creen tener las habilidades suficientes para realizar este proceso y no lo consideran demasiado difícil. Por tanto, la formación recibida en la Universidad en estas temáticas ha incidido positivamente en su intención emprendedora.

7.3.4.6. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Gráfica 150. Obstáculos para crear empresa que son percibidos por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.



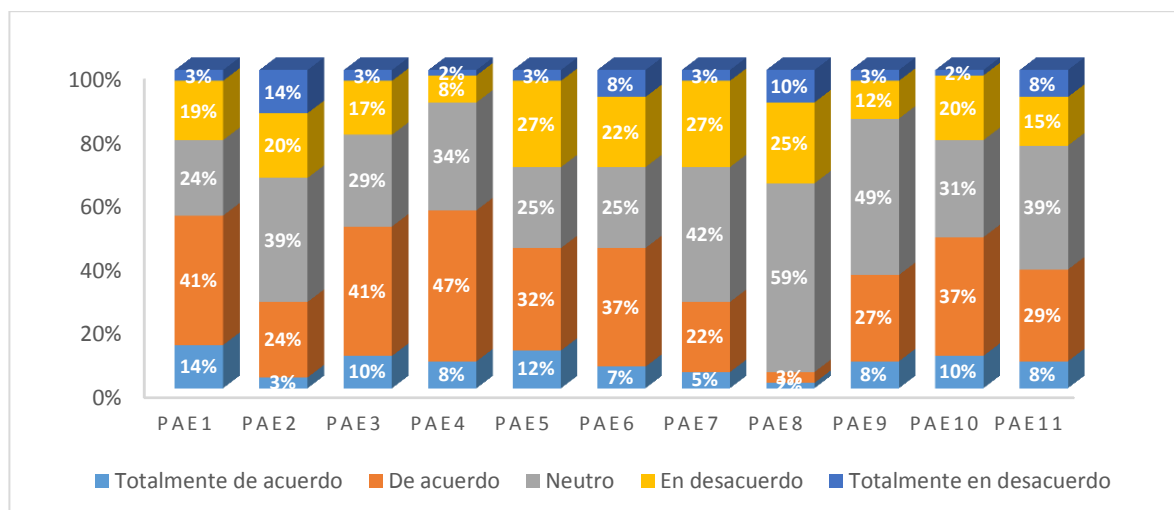
Fuente: Esta investigación

Existen algunas barreras a la hora de crear empresa donde el factor económico es un factor influyente el cual determina iniciar un proyecto de emprendimiento. Para esto se ha indagado a los estudiantes y ellos manifiestan que el capital para iniciar empresa es una barrera (65% de respuestas positivas para OCE1), además la cantidad de impuestos y trámites para formalizar una empresa son considerados obstáculos (57% de respuestas afirmativas para OCE2), así como también el apoyo insuficiente de entidades del gobierno y privadas desencadena una baja motivación hacia (51% de respuestas positivas para OCE3).

Un 85% de los encuestados no comparten la afirmación de que su carrera profesional no está enfocada a la creación de empresa (OCE4). Al hablar de emprender en con otros socios, la mayor parte de las opiniones manifiestan duda si este postulado influye en crear empresa y es un obstáculo (39% de respuestas neutras y 41 de respuestas negativas para OCE5). Finalmente, los estudiantes tienen dudas en saber producir o fabricar un bien o servicio, (41% de respuestas negativas y 39% de respuestas neutras para OCE6).

Se deduce que las barreras que más influencia tienen para no emprender son el escaso capital existente para invertir en nuevos negocios, seguido de los impuestos y trámites que generan mucha desmotivación a la hora de proponer una nueva idea de negocio y el escaso apoyo de entidades privadas y públicas que incentiven y promuevan el emprendimiento.

Gráfica 151. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.



Fuente: Esta investigación

Los estudiantes tienen la percepción de que para ser empresario no solamente es necesario tener dinero para invertir, por lo que las encuestas indican 55% de respuestas afirmativas para PAE1. En el enunciado donde se postula que los empresarios solo se fijan como finalidad obtener dinero los estudiantes han percibido que existen dudas o no están seguros sobre esta respuesta. (39% de respuestas neutras para PAE2). También los empresarios e inversionistas han generado la imagen positiva frente a tener interés de invertir y asociarse con otros, (51% de respuestas positivas para PAE3).

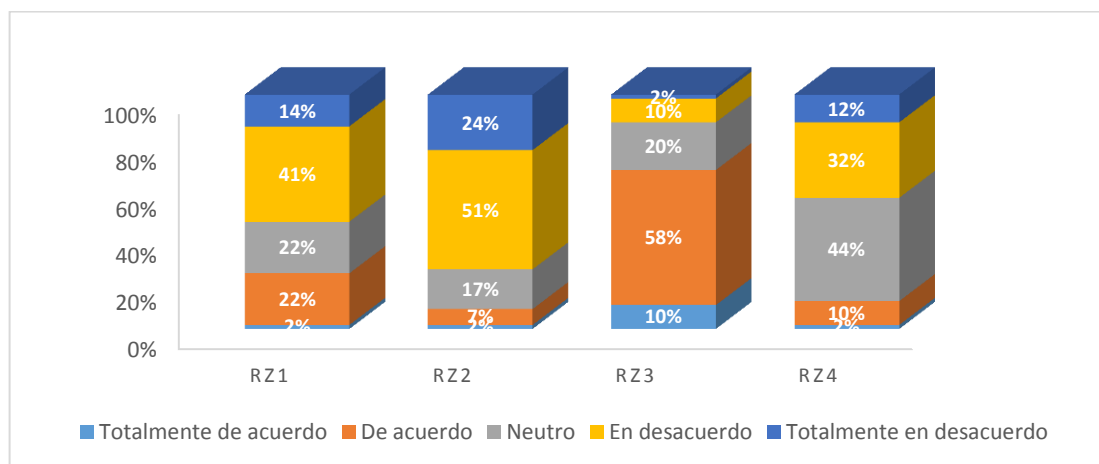
El 55% de los encuestados opinan que los empresarios poseen alta creatividad e innovación a la hora de proponer nuevas ideas de negocio (PAE4) y la percepción es alta sobre asumir riesgos calculados para obtener beneficios y el crecimiento de sus organizaciones (44% de respuestas favorables para PAE5). En cuanto a las habilidades administrativas y gerenciales se considera a los empresarios con gran capacidad de organización (44% de respuestas positivas para PAE6).

Las personas encuestadas no tienen una percepción clara sobre el bajo nivel de preparación académica de los empresarios (42% de respuesta neutras para PAE7) o sobre su escaso criterio de la ética, justicia y responsabilidad social (59% de respuestas neutras para PAE8). Idéntica situación se presenta cuando se pregunta si los empresarios nariñenses se sobreponen fácilmente a las dificultades (49% de respuestas neutras para PAE9).

En lo que sí existe una opinión más favorable es en que los empresarios poseen buenas habilidades financieras y de mercadeo (47% de respuestas positivas para PAE10) así como también su capacidad de gestionar el cambio (37% de respuestas afirmativas para PAE11), aunque en este último ítem hay dudas sobre esta cualidad en el 39% de los casos.

Las percepciones encontradas en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas muestran que los estudiantes piensan que los empresarios demuestran su mentalidad creativa e innovadora, les gusta asociarse para invertir en nuevos negocios y tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo.

Gráfica 152. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.



Fuente: Esta investigación

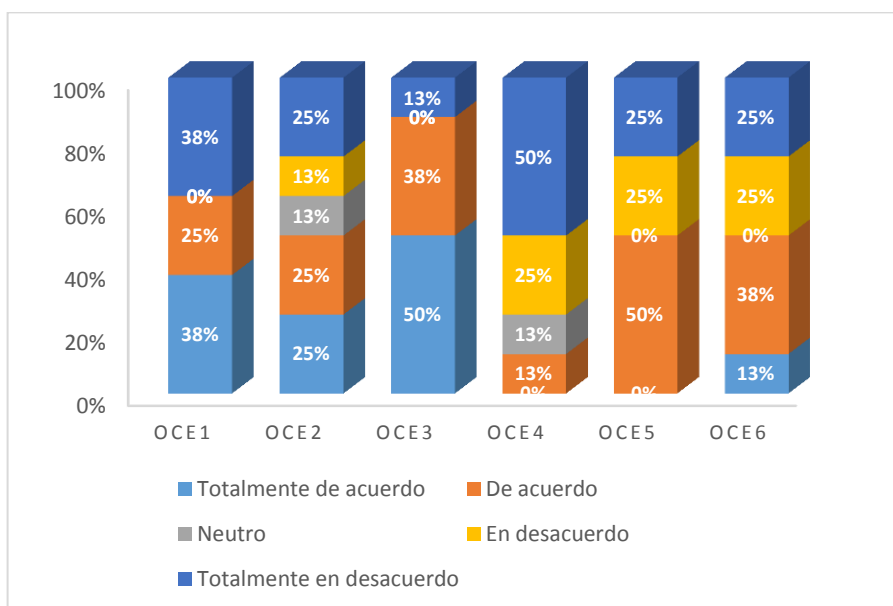
Solamente el 24% de los estudiantes manifiestan no tener formación en técnicas para generar ideas de negocio (RZ1) y únicamente el 9% manifiesta no tener habilidades para generar ideas de negocio (RZ2). El 68% de estudiantes de la FACEA cree conocer los métodos de generación de ideas de negocio (RZ3) y el 12% de encuestados piensa que la generación ideas de negocio es difícil, pero en un porcentaje considerable de encuestados hay dudas aun (44% de respuestas neutras para RZ4).

Se concluye entonces que la mayoría de estudiantes de la FACEA conocen las metodologías para generar ideas de negocio, consideran tener las habilidades suficientes para este tipo de ejercicios, pero al parecer la formación recibida no ha sido la suficiente para desplegar el potencial del pensamiento creativo de los encuestados en la búsqueda de soluciones novedosas que se conviertan en productos y servicios.

7.3.5. Facultad de Ciencias de la Salud

7.3.5.1. Programa de Medicina

Gráfica 153. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Medicina

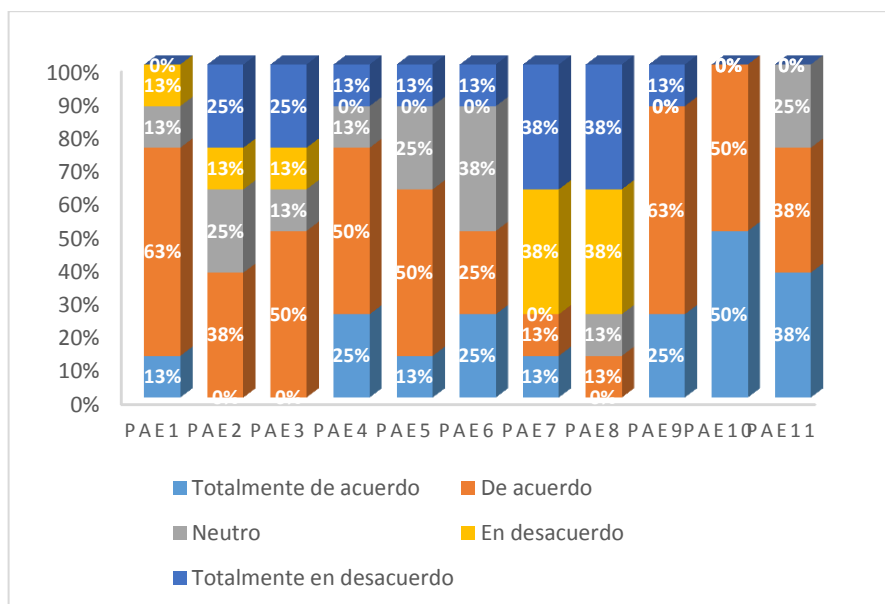


Fuente: Esta investigación

Como obstáculos para crear empresa en la mayoría de los casos se considera la falta de capital (63% de respuestas favorables para OCE1), también los altos impuestos y exceso de trámites (50% de respuestas positivas para OCE2). Hay casi unanimidad en afirmar que una de las mayores dificultades es el insuficiente apoyo estatal y privado para crear empresa (88% de respuestas afirmativas para OCE3). Solamente el 13% de los encuestados consideran que su carrera profesional no está orientada a la creación de empresa (OCE4). La falta de socios para crear empresa también se considera una limitante para iniciar una empresa (50% de respuestas positivas para OCE5) así como también la dificultad de no poder producir o fabricar algún producto (50% de respuestas favorables para OCE6).

Por tanto, se concluye que la principal causa considerada como limitante para crear empresa de parte de los estudiantes de medicina es la falta de apoyo por entidades públicas y privadas, seguida en su orden por la falta de capital, los altos impuestos, el exceso de trámites y el poco conocimiento en la manufactura de productos.

Gráfica 154. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Medicina

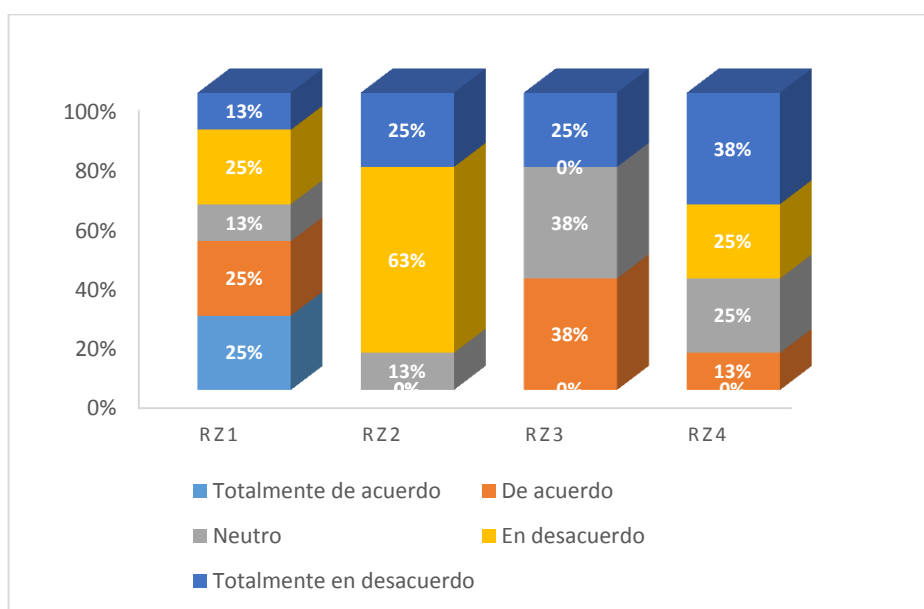


Fuente: Esta investigación

La mayoría de los estudiantes de medicina coinciden en afirmar que el dinero es un factor más que hace parte de un conjunto más amplio de los que se requiere para crear empresa (76% de respuestas positivas para PAE1). También piensan que el ánimo de lucro es el mayor impulsor de los empresarios locales (63% de respuestas favorables para PAE2) así como también que es de interés de los mismos asociarse (50% de respuestas positivas para PAE3). El 75% de los encuestados perciben a los empresarios nariñenses como creativos (PAE4) y consideran que asumen riesgos para lograr crecimiento en sus organizaciones (63% de respuestas favorables para PAE5). La capacidad de organización de los empresarios locales también recibe una percepción positiva de los estudiantes de medicina (50% de respuestas favorables para PAE6). Solamente el 26% de los encuestados piensan que los empresarios locales tienen poca preparación académica (PAE7). El mismo porcentaje de estudiantes considera que los empresarios nariñenses son poco éticos, justos y socialmente responsables (26% de respuestas afirmativas para PAE8). Un gran porcentaje de los estudiantes de medicina (88% para PAE9) perciben que los empresarios locales son capaces de sobreponerse a las dificultades, también consideran que tienen buenas habilidades de gestión, financieras y de mercadeo (100% de respuestas positivas para PAE10) y finalmente piensan que les gusta adaptarse al cambio y gestionarlo (75% de respuestas afirmativas para PAE11)

Se resalta entonces que los estudiantes de medicina tienen una percepción positiva de los empresarios locales y por tanto esta imagen favorable puede incidir en alguna medida en su intención emprendedora. En su orden están de acuerdo con afirmar que los emprendedores de la región tienen buenas habilidades de gestión, que tienen la capacidad de sobreponerse a las dificultades, que les gusta asumir cambios, que son creativos, que los moviliza el ánimo de ganar más dinero, que les gusta asociarse y que son organizados.

Gráfica 155. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Medicina



Fuente: Esta investigación

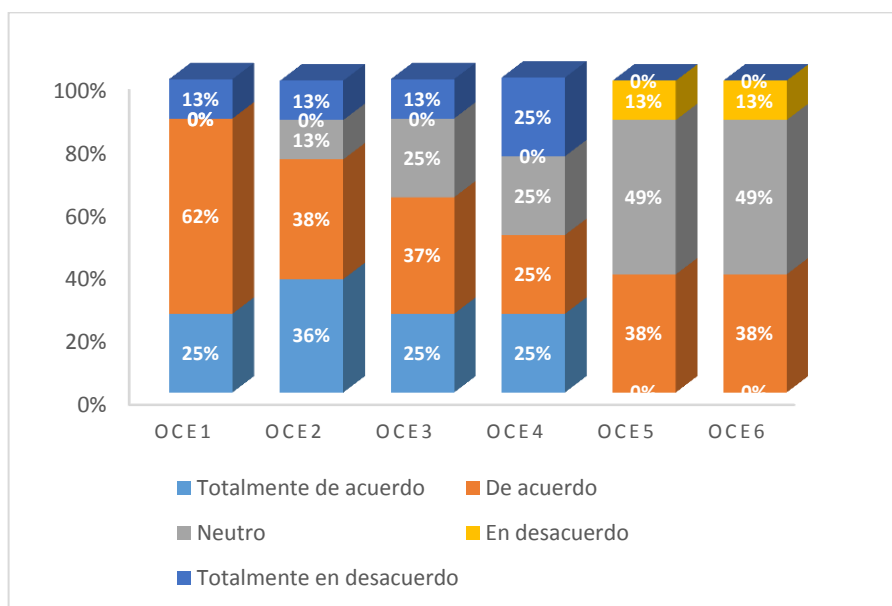
Para este ítem, los estudiantes de medicina en un gran porcentaje manifiestan no tener formación en técnicas para generar ideas de negocio (50% de respuestas favorables para RZ1) y solamente el 13% consideran no tener las habilidades suficientes para generar sus propias ideas de negocio (RZ2). También es muy bajo el porcentaje de alumnos que manifiestan conocer metodologías de ideación (38% de favorabilidad para RZ3) y además únicamente el 13% de encuestados consideran que este proceso es difícil (RZ4).

Se deduce entonces que los estudiantes medicina consideran que no tienen la formación suficiente en técnicas de ideación, sin embargo, perciben que este no es un proceso difícil y por tanto tienen la disposición de aprender en el transcurso del tiempo.

7.3.6. Facultad de Ciencias Exactas Y Naturales

7.3.6.1 Programa de Biología

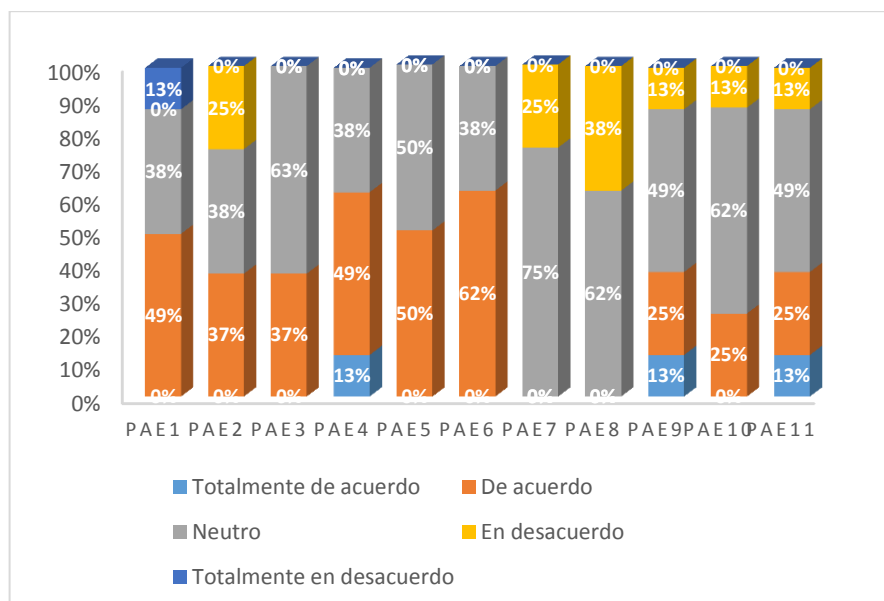
Gráfica 156. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Biología



Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ver en la intención emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (87% de respuestas son positivas); trámites para crear una empresa, OCE2 (74% de respuestas son positivas); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (62% de respuestas son positivas); mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (50% de respuestas son positivas) aquí ven su carrera más con un enfoque de emplearse en alguna organización, tal vez puede ser porque no han recibido herramientas de emprendimiento que los lleve a ver alternativas de crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE4 (49% de respuestas son neutrales y 38% positivas), aquí se puede ver que están dispuestos asociarse y no sé producir ni fabricar nada en particular OCE6 mantiene la misma posición que la anterior, existe una neutralidad debido tal vez a que no han tenido la oportunidad de tener contacto con la experiencia. Con base a lo anterior se puede concluir que las variables analizadas se convierten en obstáculos al momento de tener una intención emprendedora.

Gráfica 157. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Biología



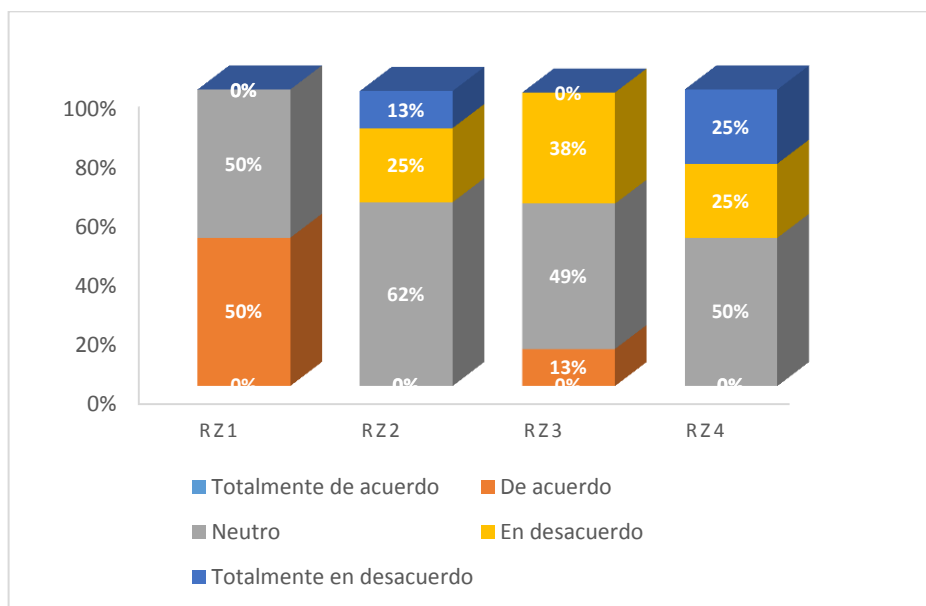
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Biología perciben que se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio PAE 1 (49% de respuestas positivas); pese a que una mayoría mantiene neutra su posición, un grupo significativo consideran que a los empresarios lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (38% de respuestas son neutras y 37% positivas); también perciben algunos que los empresarios son poco receptivos a la hora de buscar asociación con otros similares, aunque la mayoría mantiene su neutralidad tal vez por falta de información sobre el hecho PAE 3 (63% de respuestas son neutras y 37% positivas); se considera a los empresarios como creativos e innovadores, aunque algunos mantienen su reserva PAE 4 (62% de las respuestas son positivas y 38% neutras), y preparados a la hora de asumir cualquier tipo de riesgo PAE 5 (50% de respuestas son neutras y 50% positivas); perciben que hay una gran capacidad de organización PAE 6 (62% de respuestas son positivas y 50% neutras); existe duda frente al grado de preparación académica de los empresarios PAE 7 (65% de respuestas son neutras) tal vez evitan opinar frente al tema debido a la falta de conocimiento; pese a que una gran mayoría mantiene neutralidad frente al tema, un grupo significativo considera que los empresarios son poco éticos y responsables socialmente PAE 8 (62% de respuestas son neutras y 38% negativas); mantienen su neutralidad frente a si los empresarios se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (49% de respuestas son neutras); de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (62% de respuestas son neutras) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (38% de respuestas

son positivas y 49% neutrales) algunos avalan esa idea, pero una gran mayoría mantiene una posición neutral debido tal vez a la falta de conocimiento sobre el tema.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Biología que existen otros factores a parte del dinero como elementos que inciden en la intención emprendedora y frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición neutra, tal vez evitan dar su opinión por una posible falta de conocimiento frente al tema en cuestión. Con ello se puede inferir que si se desconoce del tema, este factor no es relevante para tenerlo en cuenta al momento de inferir si influye en la intención emprendedora de los estudiantes del programa de Biología.

Gráfica 158. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Biología



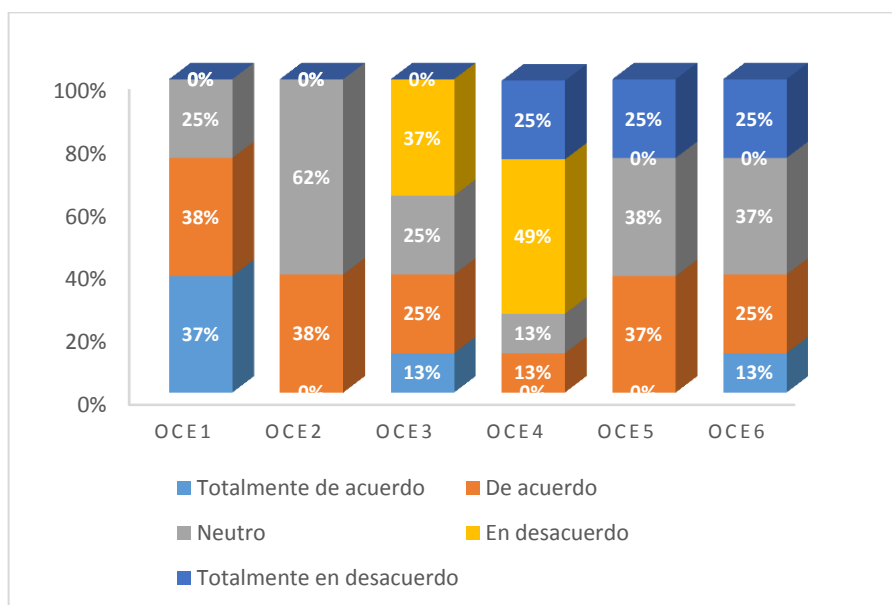
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Biología consideran que no tienen la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (50% de respuestas son positivas y 50% neutrales) y otros por su parte mantienen una neutralidad, tal vez, es porque dentro de su malla curricular no existe asignaturas enfocadas al emprendimiento; en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, son neutrales frente al tema, quizá porque no han tenido la oportunidad de enfrentarse a ello RZ2 (62% de respuestas son neutrales); tampoco conocen metodologías RZ3 (38% de respuestas son negativas y 49% neutrales) y otros se abstiene quizá por desconocimiento del

tema, así mismo como no han tenido la experiencia son neutrales en afirmar si generar ideas de negocio es fácil o complicado RZ4 (50% de respuestas son neutrales). En conclusión, los estudiantes de Biología creen que tienen la formación y por ello mantiene una postura neutral en relación a sus capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio.

7.3.7. Programa de Química

Gráfica 159. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Química

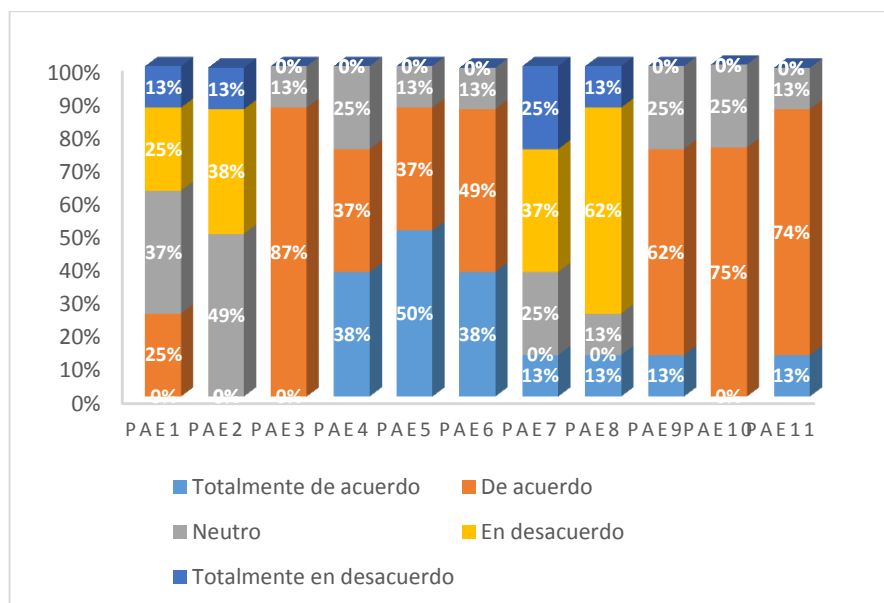


Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intención emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (75% de respuestas son positivas); trámites para crear una empresa, OCE2 (38% de respuestas son positivas y 62% neutrales); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (37% de respuestas son negativas, 38% positivas y 25% neutras); mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (49% de respuestas son negativas) aquí ven su carrera con un enfoque de hacer empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (38% de respuestas son neutrales, 37% positivas y 25% negativas), aquí se puede ver que están dispuestos asociarse, y no sé producir ni fabricar nada en particular OCE6 (37% de respuestas son neutrales, 25% positivas y 25% negativas), existe una neutralidad por aquellos que tal vez no están pensando en crear empresa.

Con base a lo anterior se puede concluir que las variables analizadas no son vistas como obstáculos al momento de tener una intención emprendedora, aunque muchos mantengan su neutralidad.

Gráfica 160. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Química



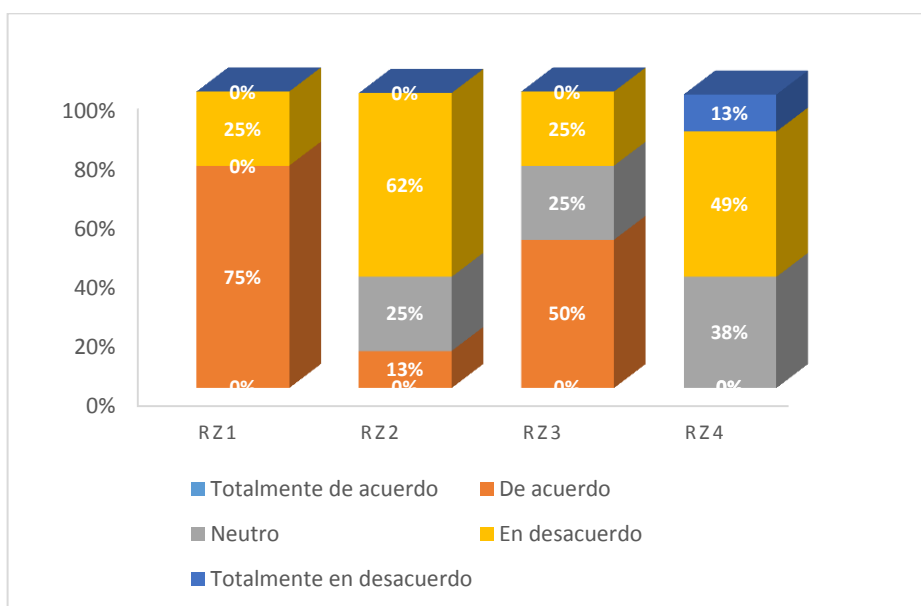
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Química mantienen una postura neutra frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, sin embargo también hay otros validando y rechazando dicho argumento PAE 1 (37% de respuestas neutras, 25% positivas y 25% negativas); pese a que una mayoría mantiene neutra su posición, un grupo significativo consideran que a los empresarios no es verdad que lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (49% de respuestas son neutras y 51% negativas); también perciben algunos que los empresarios son poco receptivos a la hora de buscar asociación con otros similares PAE 3 (87% de respuestas son positivas); se considera a los empresarios como creativos e innovadores, aunque algunos mantienen su reserva PAE 4 (75% de las respuestas son positivas y 25 neutras), y preparados a la hora de asumir cualquier tipo de riesgo PAE 5 (87% de respuestas son positivas); perciben que hay una gran capacidad de organización PAE 6 (87% de respuestas son positivas); no existe duda frente al grado de preparación académica de los empresarios PAE 7 (62% de respuestas son negativas) consideran que los empresarios si son preparados; están de acuerdo en que los empresarios son éticos y responsables socialmente PAE 8 (75% de respuestas son negativas); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades

PAE 9 (75% de respuestas son positivas); de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (75% de respuestas son positivas) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (87% de respuestas son positivas) la gran mayoría avalan esa idea.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Química frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición de conocimiento frente al tema. Con ello se puede inferir que si se desconoce del tema, este factor es relevante para tenerlo en cuenta al momento de inferir si influye en la intensión emprendedora de los estudiantes del programa de Química.

Gráfica 161. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Química



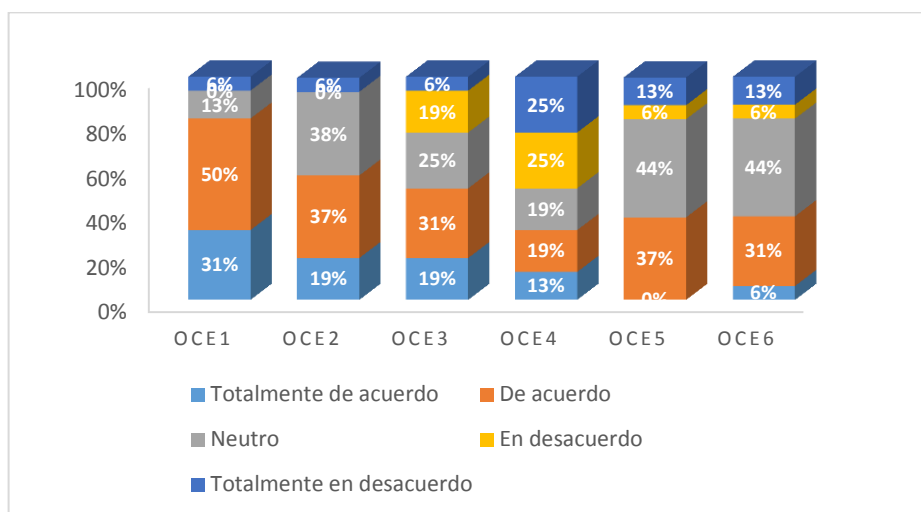
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Química consideran que no tienen la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (75% de respuestas son positivas), tal vez, es porque dentro de su malla curricular no existe asignaturas enfocadas al emprendimiento; en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la mayoría dice contar con ellas, además que la respuesta es coherente con otras variables que evidencian que han tenido contacto con al tema en creación de empresa, RZ2 (62% de respuestas son negativas); tampoco conocen metodologías RZ3 (50% de respuestas son positivas), así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil,

otros por su parte ni avalan o rechazan la afirmación RZ4 (38% de respuestas son neutrales y 49% negativas). En conclusión, los estudiantes de Química creen que no tienen la formación y por ello mantiene una postura neutral en algunas variables y en otras demuestran que sus debilidades frente a sus capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio.

7.3.8. Facultad de Ciencias Exactas Y Naturales

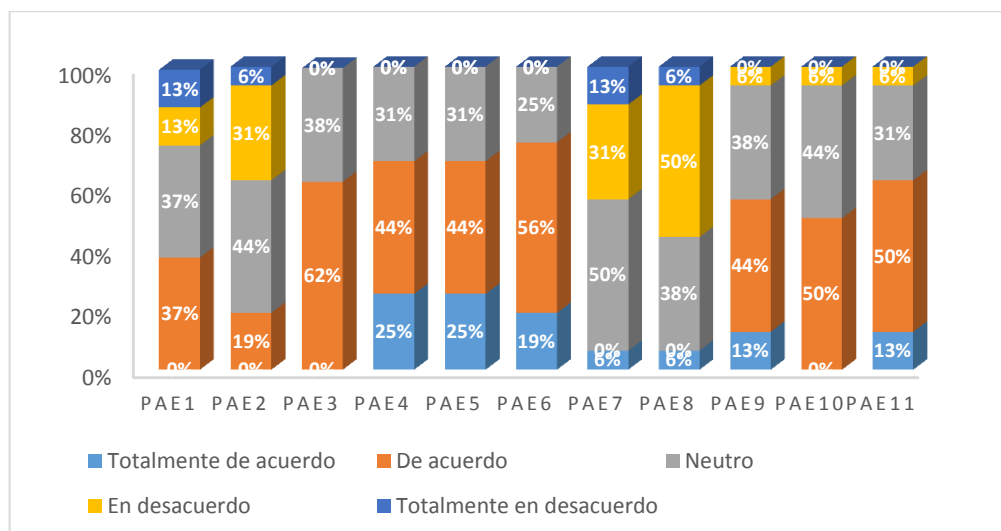
Gráfica 162. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales



Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (81% de respuestas son positivas), es decir lo ven relevante a la hora de emprender; trámites para crear una empresa, OCE2 (56% de respuestas son positivas y 38% neutras), la ven como obstáculo; insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (50% de respuestas son positivas), el resto no está de acuerdo y otros prefieren no opinar; mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (50% de respuestas son negativas) no lo ven de esa forma, más bien la carrea se mira como un gran potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (44% de respuestas son neutras y 37% positivas), en esto prefieren algunos no opinar, otros ven que la falta de socios sea determinante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (44% de respuestas positivas) prefieren mantener un posición neutral, al igual que al anterior variable. Se puede concluir entonces que las variables analizadas no son vistas como obstáculos, sin embargo existe una alta tendencia a no opinar del tema.

Gráfica 163. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales

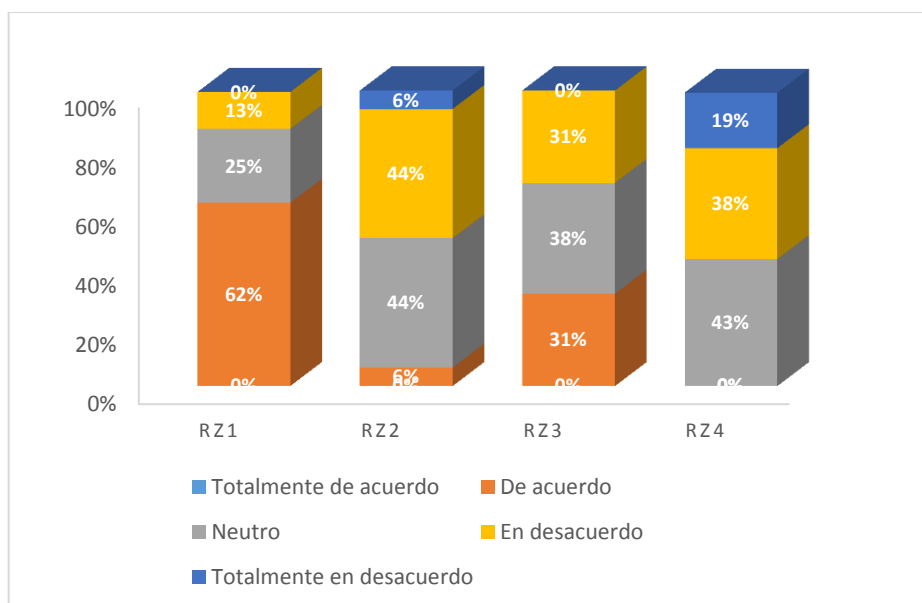


Fuente: Esta investigación

Los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está dividida PAE 1 (37% de respuestas positivas y 37% neutras) si bien en cierto que algunos no opinan, otros si creen que el factor dinero se requiere; la mayoría prefiere no opinar frente a la tema, pero los no cree que los empresarios lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (44% de respuestas son neutras y 37% negativas); frente al tema si les gusta asociarse una gran mayoría están de acuerdo PAE 3 (62% de respuestas positivas y 38 neutras) aunque otros prefieren no opinar; la apreciación es positiva y avalan lo planteado tanto en PAE 4 (65% de respuestas son positivas), PAE 5 (65% de respuestas son positivas) y PAE 6 (75% de respuestas son positivas); los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales no están de acuerdo frente a que los empresarios personas con poca preparación académica PAE 7 (50% de respuestas son neutras y 44% negativas) sin embargo la mayoría prefiere no opinar del tema; si los empresarios son éticos y responsables socialmente la mayoría avala que sí lo son PAE 8 (56% de respuestas son negativas); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (57% de respuestas son positivas y 38% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (50% de respuestas son positivas y 44% neutras) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (63% de respuestas son positivas y 31% neutras) mantienen la misma posición que la anterior.

Se concluye en este factor que los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, prefieren no opinar, sin embargo en la mayoría de variables dan un aposición donde avalan que las variables si inciden en la intensión emprendedora, razón que también se puede concluir que conocen del sector empresarial.

Gráfica 164. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales



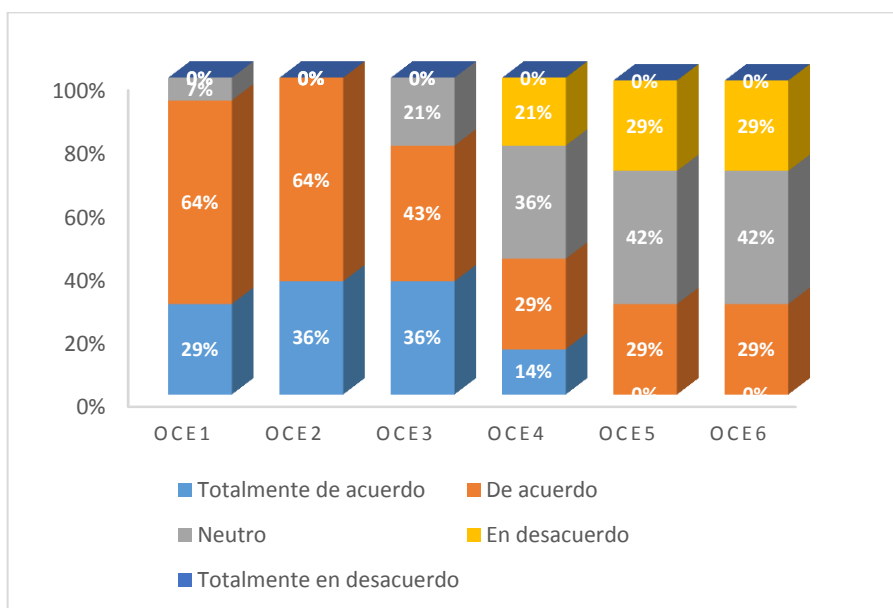
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales no han tenido formación en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (62% de respuestas son positivas); en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la opinión en su mayoría avalan lo planteado en el interrogante RZ2 (50% de respuestas son negativas y 44% neutras) quiere decir que reconocen sus habilidades; frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio argumentan que si las conocen RZ3 (31% de respuestas son positivas, 31% negativas y 38% neutras), hay una posición dividida frente al factor, así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil RZ4 (57% de respuestas son negativas y 43% neutras). En conclusión, los estudiantes de La Facultad de Ciencias Exactas y Naturales creen que tienen la formación para generar ideas de negocio, sin embargo consideran que no es fácil hacerlo, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea transversal en todas la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder a dicho conocimiento.

7.3.8. Facultad de Ciencias Humanas

7.3.8.1 Programa de Psicología

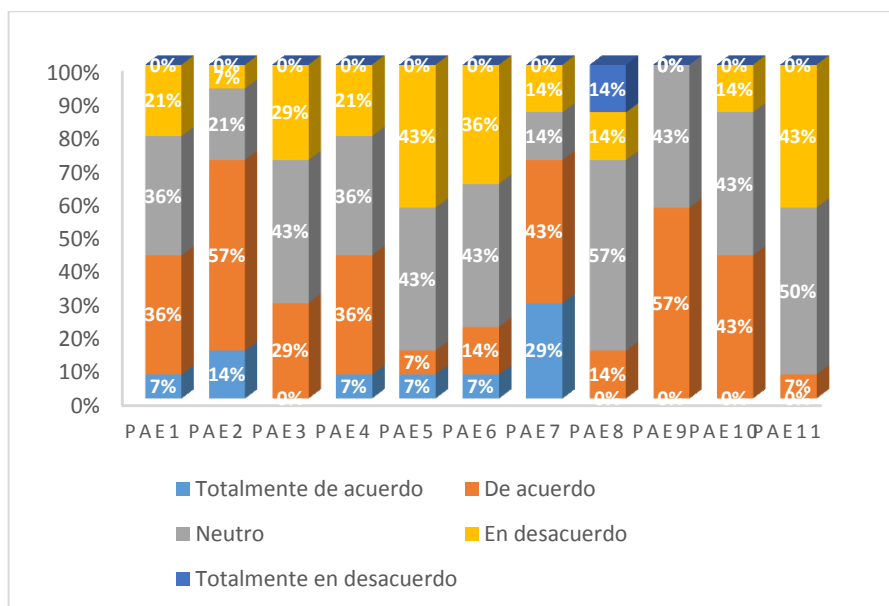
Gráfica 165. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Psicología



Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (23% de respuestas son positivas); trámites para crear una empresa, OCE2 (100% de respuestas son positivas); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (79% de respuestas son positivas, y 21% neutras); mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (21% de respuestas son negativas, 43% positivas y 36 neutras) puesto que la carrera brinda un campo ocupacional muy amplio, por ello se da un resultado no tan marcado hacia una postura; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (29% de respuestas son negativas, 29% positivas y 42 neutras), existen opiniones divididas si esta variable es relevante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (42% de respuestas son neutrales, 29% positivas y 29% negativas), existe una neutralidad, tal vez porque no se han visto enfrentados al ejercicio, y se refleja por igual frente aquellos que pueden u no pueden producir o fabricar algo, esto esta relacionado mucho a la experiencia u oportunidad que se haya tenido para hacerlo. Se puede concluir entonces que las variables analizadas la mitad de ellas con vistas como obstáculos, frente al resto existen puntos neutrales, eso quiere decir que no son todas determinantes sobre la intensión de emprender

Gráfica 166. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Psicología



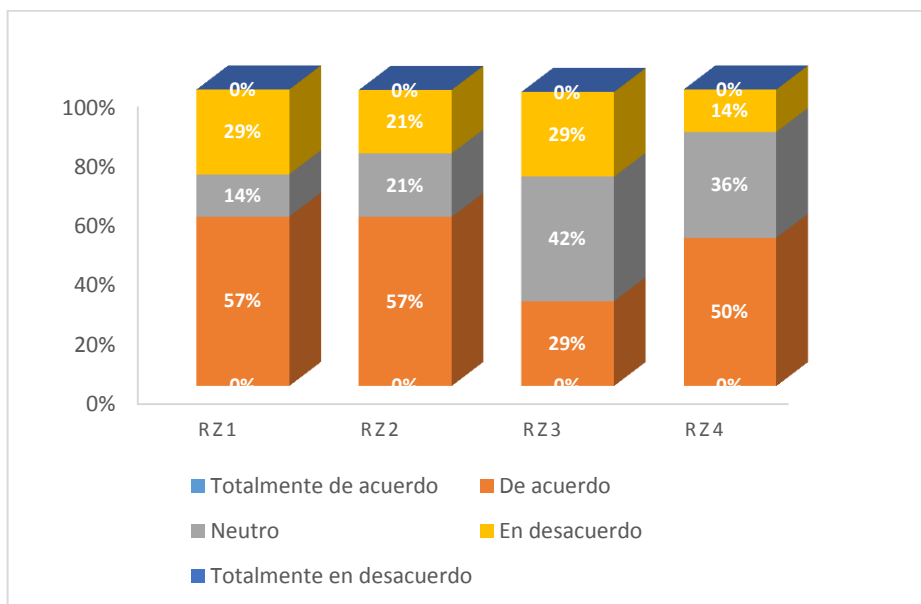
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Psicología su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está dividida PAE 1 (36% de respuestas neutras, 43% positivas y 21% negativas), sin embargo muchos que tal vez tienen interés en emprender la ven necesario tanto el factor económico como otras variables; la mayoría opina que a los empresarios si es verdad que lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (71% de respuestas son positivas); frente al tema una gran mayoría mantiene neutralidad, tal vez porque desconocen del tema en particular, y se encierra la postura en un 50% entre aquellos que perciben que lo hacen y los que no lo hacen PAE 3 (42% de respuestas son neutras, 29%positivas y 29 negativas); aunque un grupo significativo de los encuestados muestra una posición neutra, otro representativo consideran a los empresarios como creativos e innovadores PAE 4 (43% de las respuestas son positivas y 36 neutras y 21% negativas), en lo que respecta si los empresarios se encuentran preparados a la hora de asumir cualquier tipo de riesgo existe neutralidad y escepticismo PAE 5 (43% de respuestas son negativas y 43% neutras); en mimos comportamiento se evidencia frente a si tienen gran capacidad de organización PAE 6 (36% de respuestas son negativas y 43% neutras); los estudiantes de psicología perciben que los empresarios son personas con poca preparación académica PAE 7 (72% de respuestas son positivas); la gran mayoría mantienen una postura neutra en cuanto a si los empresarios son éticos y responsables socialmente, esto puede darse porque no tienen un juicio de valor para afirmar o desmentir PAE 8 (57% de respuestas son neutras); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (57% de

respuestas son positivas y 43% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (43% de respuestas son positivas y 43% neutras) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (43% % de respuestas son negativas y 50% neutras) muestran escepticismo y la mita mejor prefieren no opinar del tema.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Psicología frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición neutra, esto puede darse que evitan afirmar o desmentir tal vez porque desconocen del tema, pero se puede ver también que la gran mayoría de estudiantes encuestados si toman una postura positiva y negativa frente a cada variable, esto denota que si tienen conocimiento de la actividad empresarial Nariñense, por ello se atreven a dar su opinión.

Gráfica 167. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Psicología



Fuente: Esta investigación

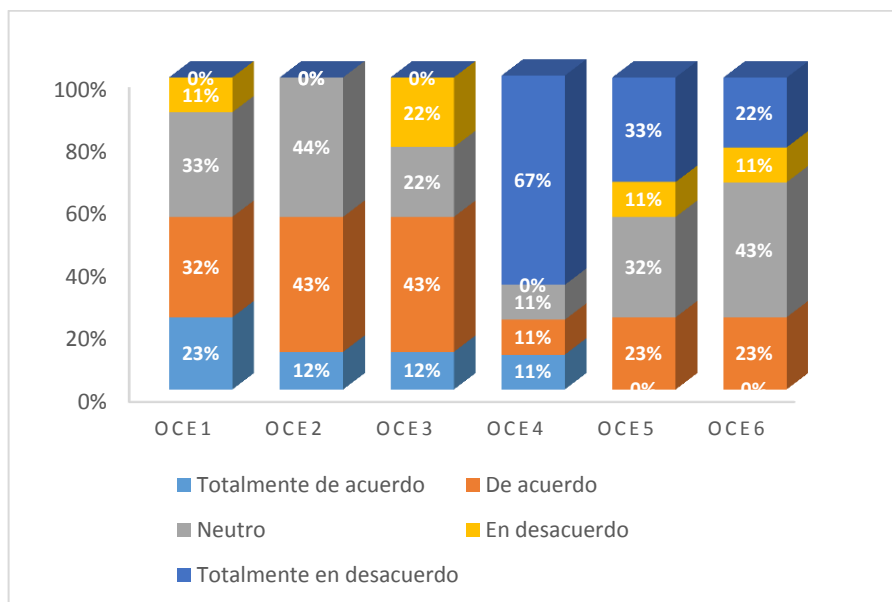
Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Psicología consideran que no tienen la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (57% de respuestas son positivas), tal vez, es porque dentro de su malla curricular no existe asignaturas enfocadas al emprendimiento; en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la mayoría dice no contar con ellas RZ2 (58% de respuestas son positivas); frente a si conocen metodologías para

generar ideas de negocio se mantiene un gran porcentaje en neutro, y la otra mitad está dividida entre aquellos que si conocen y los que no RZ3 (42% de respuestas son neutras, 29% negativas y 29% positivas), así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil, otros por su parte ni avalan o rechazan la afirmación RZ4 (50% de respuestas son positivas y 36% neutras). En conclusión, los estudiantes de Psicología creen que no tienen la formación y por ello mantiene una postura neutral en algunas variables y en otras demuestran que sus debilidades frente a sus capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea transversal en toda la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder a dicho conocimiento.

7.3.9. Facultad de Ciencias Pecuarias

7.3.9.1. Programa de Ingeniería En Producción Acuícola

Gráfica 168. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola

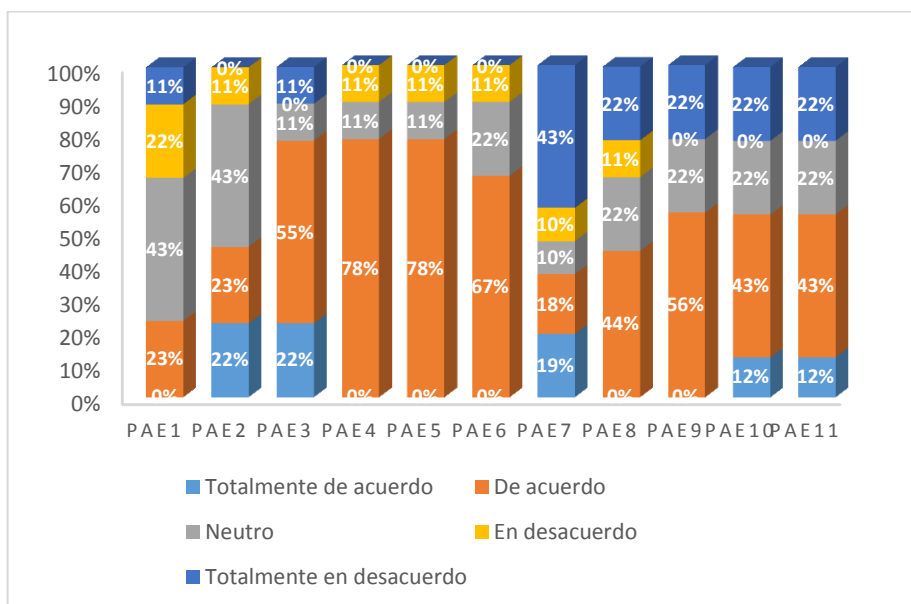


Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (56% de respuestas son positivas y 33% neutras); trámites para crear una empresa, OCE2 (66% de respuestas son positivas y 44 neutras); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (66% de respuestas son positivas, 22% negativas y 22% neutras), perciben que hay poco apoyo por parte del estado; mi

carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (67% de respuestas son negativas) ven a la carreta como un potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (44% de respuestas son negativas, 23% positivas y 44 neutras), existen opiniones divididas si esta variable es relevante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (44% de respuestas son neutras, 23% positivas y 33% negativas), existe una neutralidad, tal vez porque no se han visto enfrentados al ejercicio, y se refleja por igual frente aquellos que pueden o no pueden producir o fabricar algo, esto está relacionado mucho a la experiencia u oportunidad que se haya tenido para hacerlo. Se puede concluir entonces que las variables analizadas son vistas como obstáculos y que pueden llegar a ser determinantes al momento de querer emprender.

Gráfica 169. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola



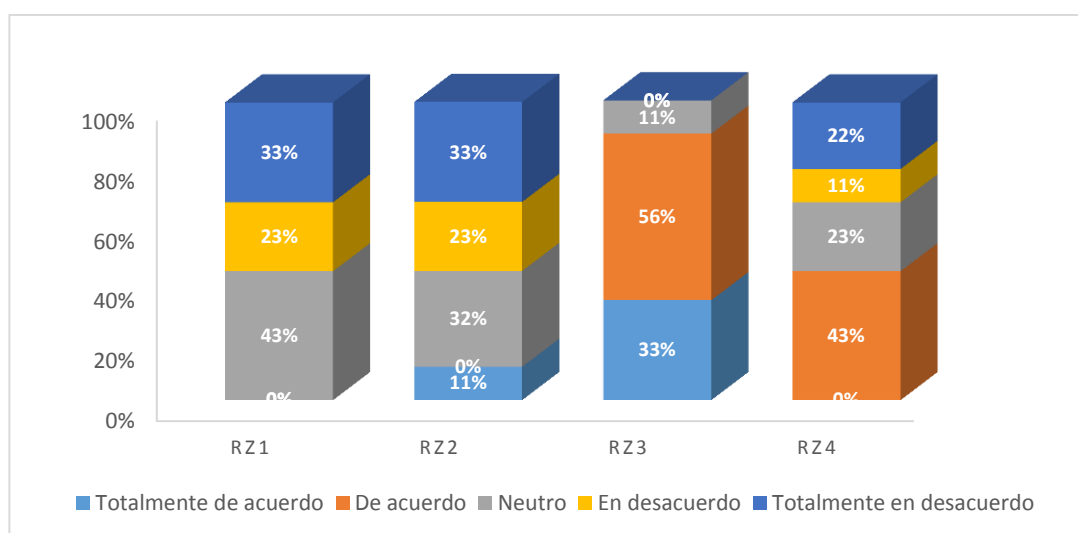
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está dividida PAE 1 (43% de respuestas neutras, 23% positivas y 33% negativas), sin embargo muchos que tal vez tienen interés en emprender la ven necesario tanto el factor económico como otras variables; la mayoría opina que a los empresarios si es verdad que lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (45% de respuestas son positivas y 44% neutras) sin embargo otros prefieren no tomar partido frente a ello tal vez por desconocimiento de cada; frente al tema de asociatividad la percepción que tienen es que si lo hacen PAE 3 (78% de respuestas son positivas); la gran mayoría percibe consideran a

los empresarios como creativos e innovadores PAE 4 (78% de las respuestas son positivas); en lo que respecta si los empresarios se encuentran preparados a la hora de asumir cualquier tipo de riesgo lo ven con buenos ojos y afirman que si lo están PAE 5 (78% de respuestas son positivas); el mismo comportamiento se evidencia frente a si tienen gran capacidad de organización PAE 6 (67% de respuestas son positivas); tal vez en lo que concierne a la preparación académica están divididas las percepciones PAE 7 (55% de respuestas son negativas, 44% positivas); mantienen una postura a favor y en contra, en su mayoría aunque otros se muestran neutrales en cuanto a si los empresarios son éticos y responsables socialmente PAE 8 (45% de respuestas son positivas, 33% negativas y 22% neutras); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (56% de respuestas son positivas); de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (56% de respuestas son positivas) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (46% % de respuestas son positivas) muestran confianza en que si lo hacen.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición positiva. Pero se puede ver también que la gran mayoría de estudiantes encuestados se evidencia que si tienen conocimiento de la actividad empresarial Nariñense, por ello se atreven a dar su opinión, ya sea positiva o negativa como se ve en la mayoría de variables.

Gráfica 170. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería en Producción Acuícola

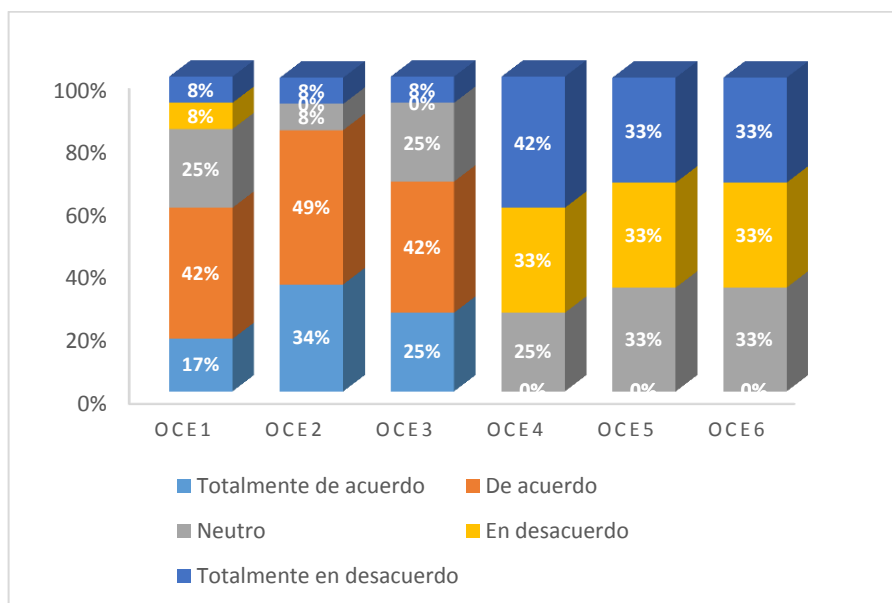


Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Ingeniería en Producción Acuícola consideran que si tienen la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (56% de respuestas son negativas y 44% neutras), esto se puede validar con las variables anteriormente evaluadas donde se percibe que han tenido acercamientos al emprendimiento, y la otra parte prefiere no opinar; en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la mayoría dice contar con ellas RZ2 (56% de respuestas son negativas y 44% neutras); frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio si conocen metodologías RZ3 (89% de respuestas son positivas), así mismo consideran que generar ideas de negocio es fácil, otros por su parte ni avalan o rechazan la afirmación y algunos mantienen neutralidad frente al tema RZ4 (44% de respuestas son positivas, 33% negativas y 23% neutras). En conclusión, los estudiantes de Ingeniería en Producción Acuícola creen que si tienen la formación y en otras demuestran que sus debilidades frente a sus capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio son positivas, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea en el programa se fortalecido y esto se logra a través de transversalidad en toda la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder o fortalecer dicho conocimiento.

7.3.9.2. Programa de Medicina Veterinaria

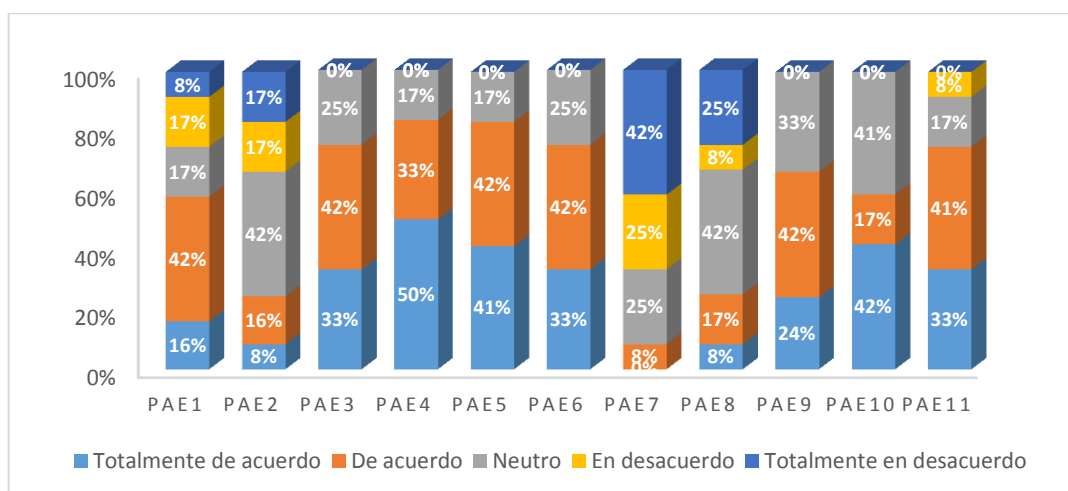
Gráfica 171. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria



Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (59% de respuestas son positivas y 25% neutras); trámites para crear una empresa, OCE2 (84% de respuestas son positivas); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (67% de respuestas son positivas y 25% neutras), perciben que hay poco apoyo por parte del estado; mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (75% de respuestas son negativas y 25 neutras) ven a la carreta como un potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (66% de respuestas son negativas y 34 neutras), no ven como problema a la hora de emprender la falta de socios como un obstáculo, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (66% de respuestas son negativas y 34 neutras), la gran mayoría se considere que puede o está en la capacidad de fabricar o producir algo, otros se mantienen neutrales quizá porque no se han visto enfrentados a la circunstancia. Se puede concluir entonces que alginas variables analizadas son vistas como obstáculos y que pueden llegar a ser determinantes al momento de querer emprender, sin embargo también existen variables como OCE5 y OCE 5, que no las ven como limitantes.

Gráfica 172. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria



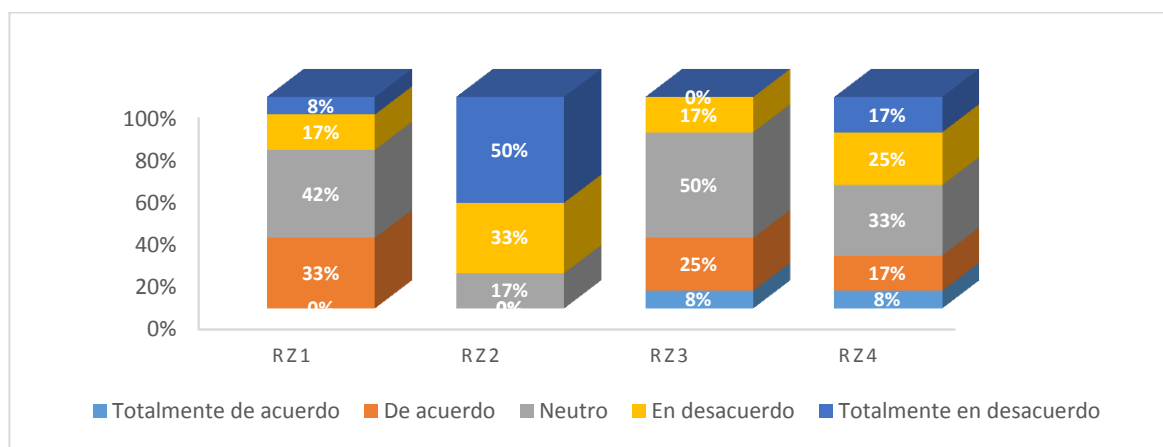
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción en el PAE 1 (58% de respuestas son positivas) quiere decir que el dinero si cobra relevancia al momento de iniciar un emprendimiento empresarial; la mayoría opina mantiene neutralidad frene qua los empresarios si es verdad que lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (42% de respuestas son neutras) sin embargo otros mantienen una posición dividida; frente al tema de asociatividad la

percepción que tienen es que si lo hacen PAE 3 (75% de respuestas son positivas); la gran mayoría percibe consideran a los empresarios como creativos e innovadores PAE 4 (83% de las respuestas son positivas); en lo que respecta si los empresarios se encuentran preparados a la hora de asumir cualquier tipo de riesgo lo ven con buenos ojos y afirman que si lo están PAE 5 (83% de respuestas son positivas); el mismo comportamiento se evidencia frente a si tienen gran capacidad de organización PAE 6 (75% de respuestas son positivas); en lo que concierne a la preparación académica consideran que si la tienen están PAE 7 (67% de respuestas son negativas y 25 neutras) otros prefieren no opinar frente a ello tal vez por desconocimiento; mantienen una postura a favor y en contra, aunque en su mayoría muestran una postura neutral en cuanto a si los empresarios son éticos y responsables socialmente PAE 8 (42% de respuestas son neutras); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (67% de respuestas son positivas y 33 neutras); de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (59% de respuestas son positivas y 41 neutras), pero un número significativo muestra neutralidad al momento de responder y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (75% de respuestas son positivas) muestran confianza en que si lo hacen.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición positiva. Pero se puede ver también que la gran mayoría de estudiantes encuestados se evidencia que si tienen conocimiento de la actividad empresarial Nariñense, por ello se atreven a dar su opinión, ya sea positiva o negativa como se ve en la mayoría de variables.

Gráfica 173. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Medicina Veterinaria



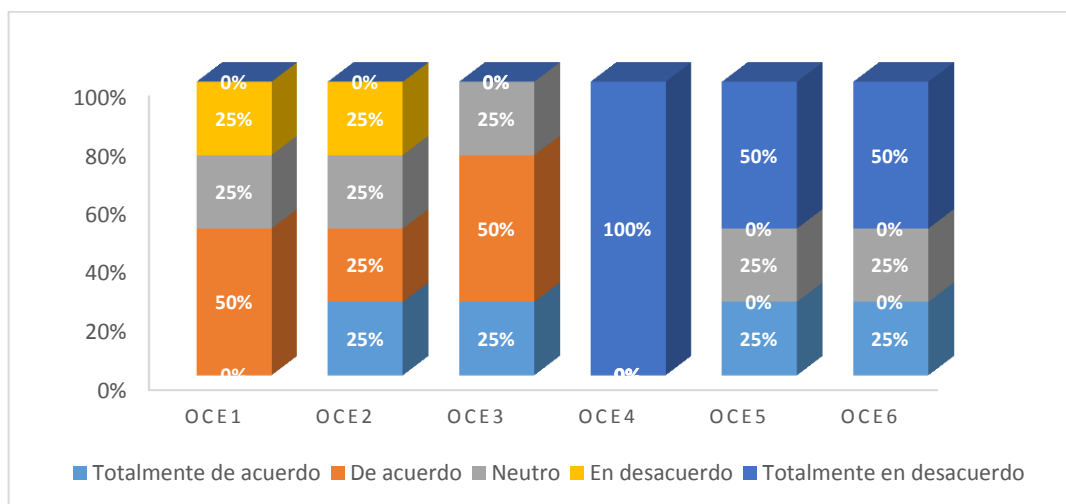
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Medicina Veterinaria mantienen una postura neutra frente a si tienen la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (42% de respuestas son neutras y 33% positivas) otro grupo significativo opina que si las tiene; en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la mayoría dice contar con ellas RZ2 (83% de respuestas son negativas); frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio, la mayoría prefiere no opinar sobre el tema RZ3 (50% de respuestas son neutras), los demás mantiene una posición dividida, ahora en lo que concierne si generar ideas de negocio es fácil RZ4 (42% de respuestas son negativas y 33% neutras) ven esto como algo no tan fácil y otros prefieren no opinar.

En conclusión, los estudiantes de Medicina Veterinaria creen que si tienen la formación y en otras demuestran que sus debilidades frente a sus capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio son positivas, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea en el programa sea fortalecido y esto se logra a través de transversalidad en toda la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder o fortalecer dicho conocimiento.

7.3.9.3. Programa de Zootecnia

Gráfica 174. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Zootecnia

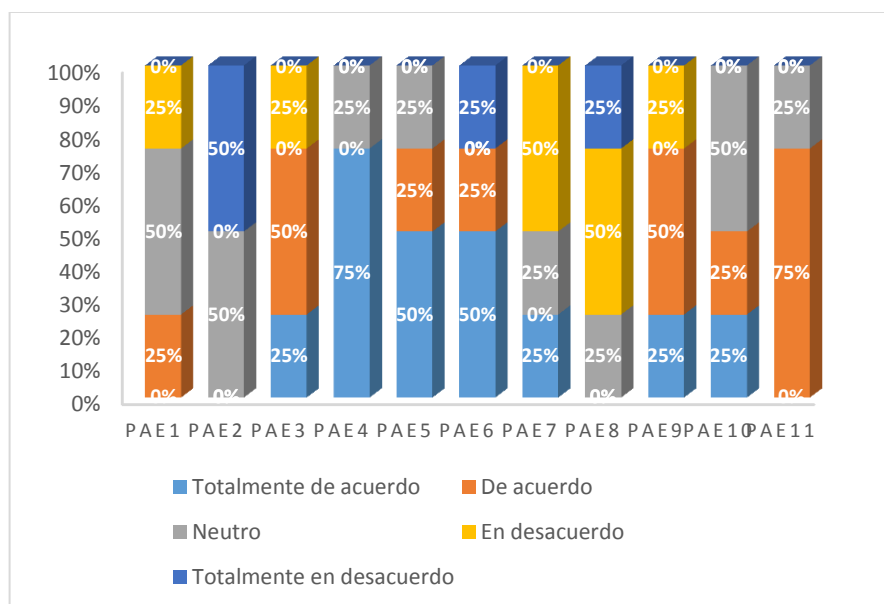


Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (50% de respuestas son positivas, 25% negativas y 25% neutras), esto quiere decir que si influye al momento de la intensión emprendedora; trámites para crear una empresa, OCE2

50% de respuestas son positivas, 25% negativas y 25% neutras) se mantiene la misma postura que la anterior; insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (75% de respuestas son positivas y 25% neutras), perciben que hay poco apoyo por parte del estado; mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (100% de respuestas son negativas) ven a la carreta como un potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (50% de respuestas son negativas, 25% positivas y 30% neutras), ven como un posible problema a la hora de emprender la falta de socios, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (50% de respuestas son negativas, 25% positivas y 30% neutras), la gran mayoría se considere que puede o está en la capacidad de fabricar o producir algo, otros se mantienen neutrales quizá porque no se han visto enfrentados a la circunstancia. Se puede concluir entonces que algunas variables analizadas son vistas como obstáculos y que pueden llegar a ser determinantes al momento de querer emprender.

Gráfica 175. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Zootecnia



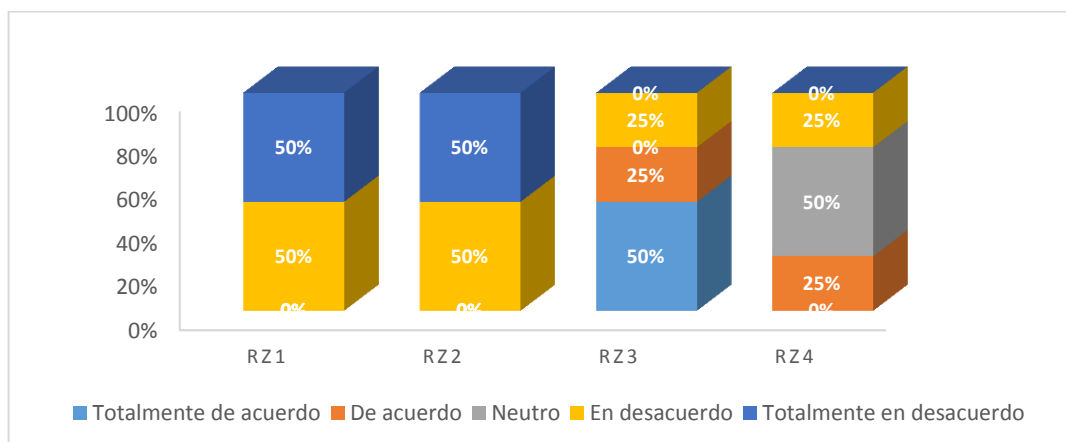
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Zootecnia su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción en el PAE 1 (50% de respuestas son neutras, 25% positivas y 25% negativas) la mita prefiere no opinar, la otra se divide entre los que están de acuerdo y los que no con lo planteado en el interrogante; la mita mantiene neutralidad frente a los empresarios si es verdad que lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (50% de respuestas son neutras y 50% negativas) sin embargo la otra mita no comparten

dicho planteamiento; frente al tema de asociatividad la percepción que tienen es que si lo hacen PAE 3 (75% de respuestas son positivas); la gran mayoría percibe consideran a los empresarios como creativos e innovadores PAE 4 (75% de las respuestas son positivas); en lo que respecta si los empresarios se encuentran preparados a la hora de asumir cualquier tipo de riesgo lo ven con buenos ojos y afirman que si lo están PAE 5 (75% de respuestas son positivas); el mismo comportamiento se evidencia frente a si tienen gran capacidad de organización PAE 6 (75% de respuestas son positivas); en lo que concierne a la preparación académica consideran que si la tienen están PAE 7 (50% de respuestas son negativas, 25% positivas y 25% neutras) otros no están de acuerdo y el prefieren no opinar frente a ello tal vez por desconocimiento; no están de acuerdo a que los empresarios sean personas sin ética, aunque unos pocos muestran una postura neutral PAE 8 (75% de respuestas son negativas y 25% neutras); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (75% de respuestas son positivas y 25% negativas); mantienen neutralidad con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (50% de respuestas son positivas y 50% neutras), pero la otra mitad si cree que poseen habilidades financieras y otras y por último un número significativo está de acuerdo al momento de responder respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (75% de respuestas son positivas) muestran confianza en que si lo hacen.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Zootecnia frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición positiva. Pero se puede ver también que la gran mayoría de estudiantes encuestados se evidencia que si tienen conocimiento de la actividad empresarial Nariñense, por ello se atreven a dar su opinión, ya sea positiva o negativa como se ve en la mayoría de variables.

Gráfica 176. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Zootecnia

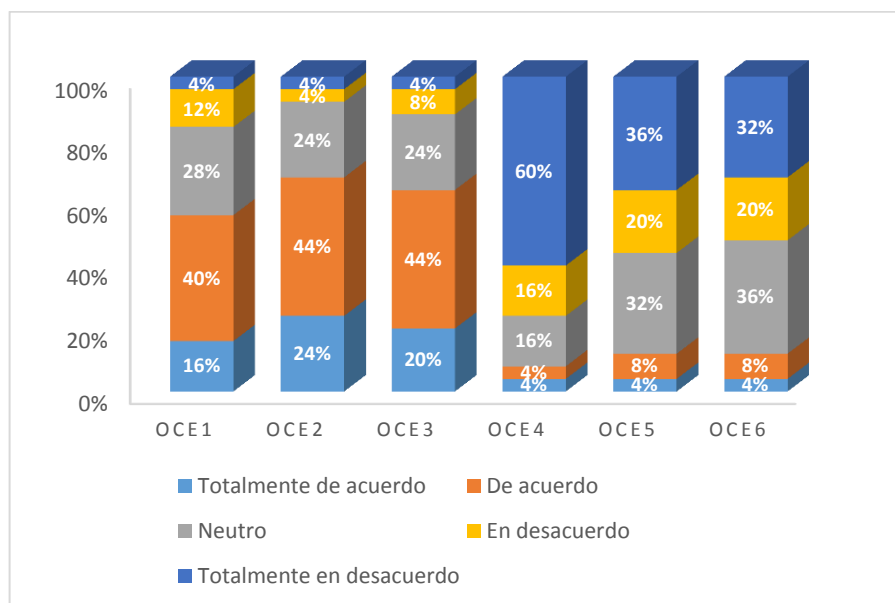


Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Zootecnia si han tenido una formación en emprendimiento y esto les ha permitido poder desarrollar ideas de negocio RZ1 (100% de respuestas son negativas); en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio todos los encuestados manifiestan que si las tienen RZ2 (100% de respuestas son negativas); frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio RZ3 (75% de respuestas son positivas), es decir si conocen metodologías; ahora en lo que concierne si generar ideas de negocio es fácil RZ4 (50% de respuestas son neutras, 25% negativas y 25% positivas), si bien es cierto que la mita prefiere no opinar del tema, al otra mita se divide entre aquellos que si están de acuerdo y los que no en que generar ideas de negocio es fácil. En conclusión, los estudiantes de Zootecnia creen que si tienen la formación y en otras demuestran que sus debilidades frente a sus capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio son positivas, y este resultado tiene coherencia con la realidad debido a que en el programa si tienen implementado el emprendimiento pero no es suficiente y se requiere que el emprendimiento sea fortalecido y esto se logra a través de transversalidad en toda la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder o fortalecer dicho conocimiento.

7.3.9.4. La Facultad de Ciencias Pecuarias

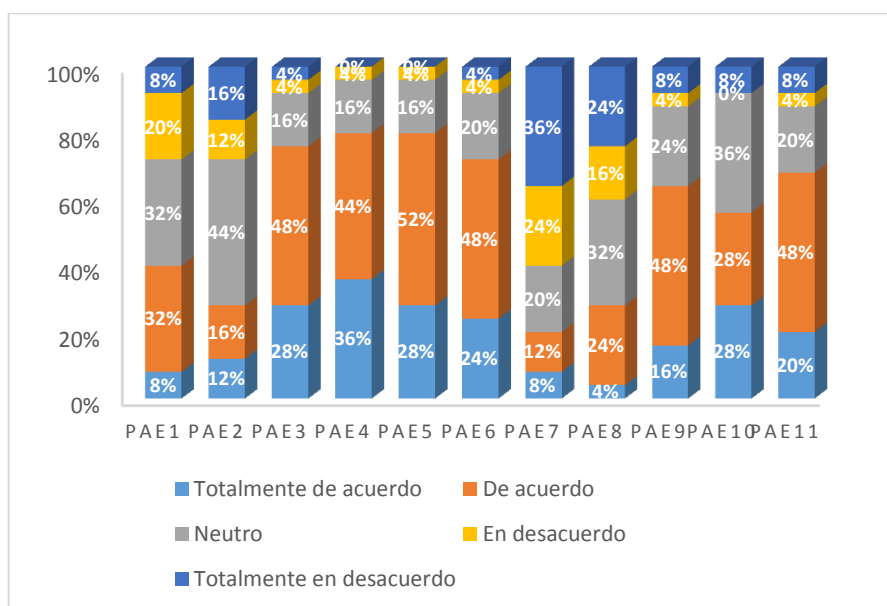
Gráfica 177. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias



Fuente: Esta investigación

Frente a los obstáculos que tienen que ver con la intensión emprendedora, se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (56% de respuestas son positivas), es decir lo ven relevante a la hora de emprender; trámites para crear una empresa, OCE2 (68% de respuestas son positivas y 24% neutras), la ven como obstáculo; insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (64% de respuestas son positivas), el resto no está de acuerdo y otros prefieren no opinar; mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (76% de respuestas son negativas) no lo ven de esa forma, más bien la carrea se mira como un gran potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (56% de respuestas son negativas y 32% neutras), en esto prefieren algunos no opinar, otros ven que la falta de socios no sea determinante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (52% de respuestas positivas y 36% neutras) algunos prefieren mantener un posición neutral, al igual que al anterior variable sin embargo la mayoría no considera que no sepa producir nada. Se puede concluir entonces que las variables analizadas no son vistas como obstáculos y por tanto se deben tener en cuenta al momento de la intensión emprendedora

Gráfica 178. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias



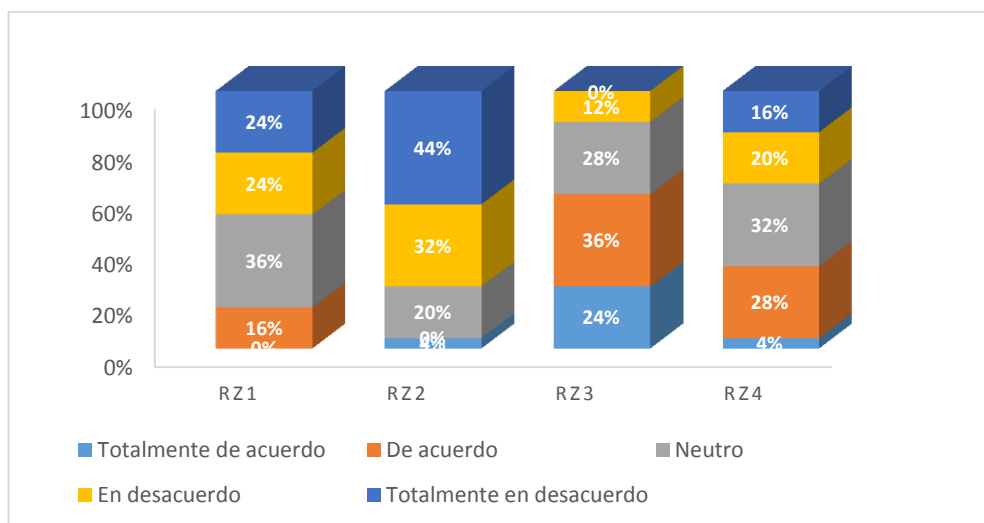
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está dividida PAE 1 (40% de respuestas positivas, 32% neutras y 28% negativas) si bien en cierto que algunos no opinan, otros si creen que el factor

dinero se requiere; la mayoría prefiere no opinar frente al tema, la otra mita se divide ente los que creen que a los empresarios lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (44% de respuestas son neutras, 28 positivas y 28% negativas); frente al tema si les gusta asociarse una gran mayoría están de acuerdo PAE 3 (76% de respuestas positivas); la apreciación es positiva y avalan lo planteado tanto en PAE 4 (82% de respuestas son positivas), PAE 5 (80% de respuestas son positivas) y PAE 6 (72% de respuestas son positivas); los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias no están de acuerdo frente a que los empresarios personas con poca preparación académica PAE 7 (60% de respuestas negativas); si los empresarios son éticos y responsables socialmente la mayoría avala que sí lo son PAE 8 (40% de respuestas son negativas y 32% neutras) otros prefieren no opinar del tema; manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (64% de respuestas son positivas y 24% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (56% de respuestas son positivas y 36% neutras) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (68% de respuestas son positivas y 20% neutras) mantienen la misma posición que la anterior.

Se concluye en este factor que los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, prefieren no opinar; sin embargo, en la mayoría de variables manifiestan que éstas si inciden en la intensión emprendedora, razón que también se puede concluir que conocen del sector empresarial.

Gráfica 179. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias



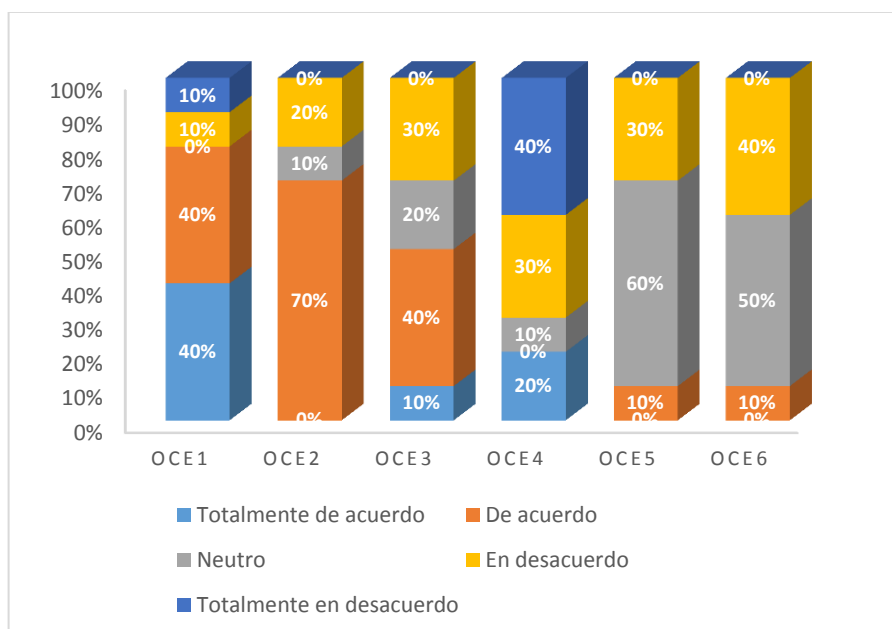
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias han tenido formación en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (48% de respuestas son positivas y 36% neutras); en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la opinión en su mayoría avalan lo planteado en el interrogante RZ2 (76% de respuestas son negativas y 20% neutras) quiere decir que reconocen sus habilidades; frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio argumentan que si las conocen RZ3 (79% de respuestas son positivas y 28% neutras), hay una posición dividida frente al factor, así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil RZ4 (36% de respuestas son negativas y 32% neutras). En conclusión, los estudiantes de La Facultad de Ciencias Pecuarias creen que tienen la formación para generar ideas de negocio, sin embargo consideran que no es fácil hacerlo, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea transversal en todas la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder a dicho conocimiento.

7.3.10. Facultad de Ingeniería

7.3.10.1. Programa de Ingeniería Electrónica

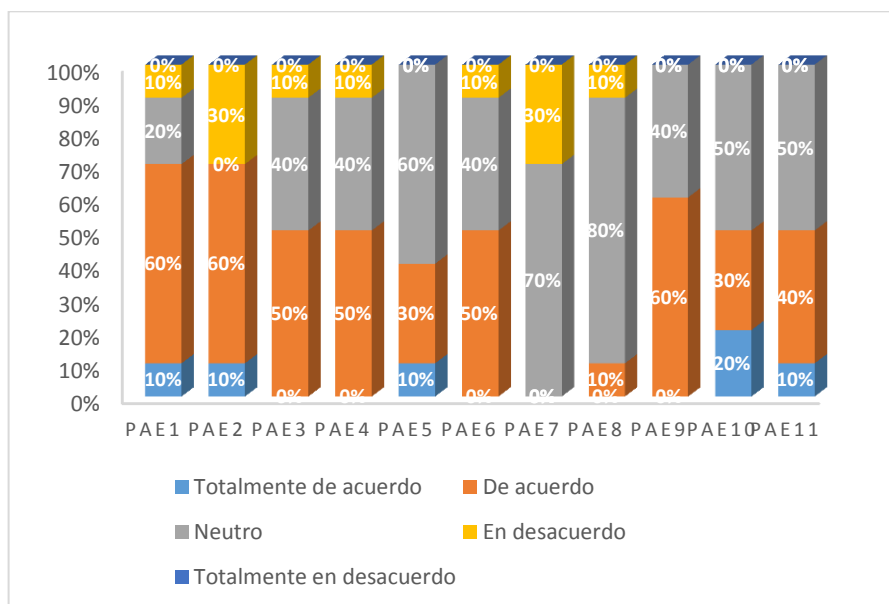
Gráfica 180. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica



Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (80% de respuestas son positivas), es decir lo ven relevante a la hora de emprender; trámites para crear una empresa, OCE2 (70% de respuestas son positivas); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (50% de respuestas son positivas, y 30 negativas); mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (70% de respuestas son negativas) no lo ven de esa forma, más bien la carrea se mira como un gran potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (60% de respuestas son neutras y 30% negativas), en esto prefieren no opinar, pero otros no ven que la falta de socios sea determinante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (50% de respuestas son neutras y 40% negativas) existe una alta neutralidad, tal vez porque no se han visto enfrentados al ejercicio, sin embargo otros opinan que si están en la capacidad de hacerlo. Se puede concluir entonces que las variables analizadas la mitad de ellas con vistas como obstáculos, frente al resto existen puntos neutrales, eso quiere decir que no son todas determinantes sobre la intensión de emprender

Gráfica 181. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica



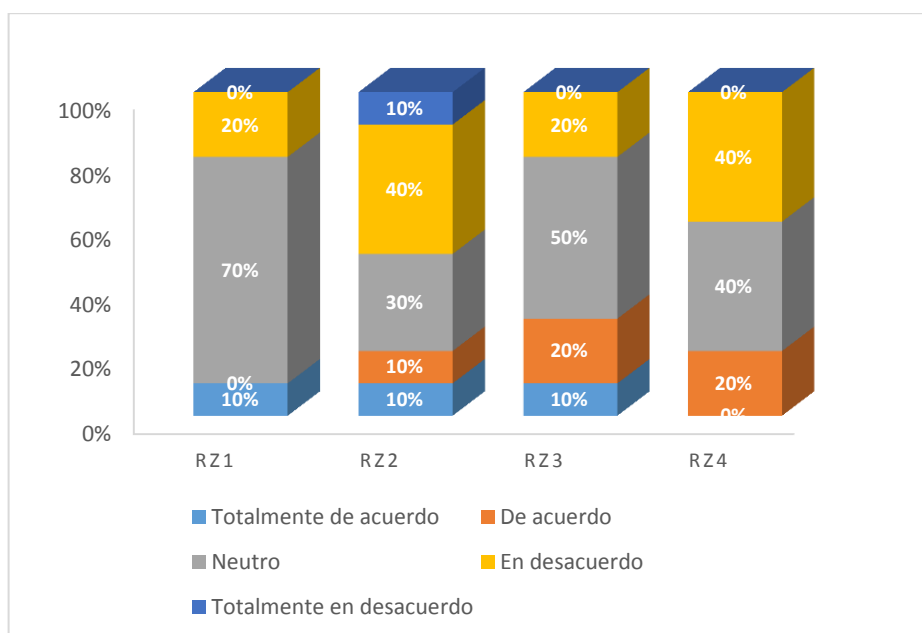
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica mantienen una percepción dividida frente a que si se requieren de otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, se tiene que para el PAE 1 (70% de respuestas positivas), sin embargo muchos que tal vez tienen interés en emprender la ven

necesario tanto el factor económico como otras variables; la mayoría opina que a los empresarios si es verdad que lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (70% de respuestas son positivas); frente al tema si les gusta asociarse una gran mayoría está de acuerdo, otros prefieren no opinar, tal vez porque desconocen del tema en particular PAE 3 (50% de respuestas son positivas y 40% neutras); la misma apreciación mantienen para PAE 4 (50% de respuestas son positivas y 40% neutras), en lo que respecta si los empresarios se encuentran preparados a la hora de asumir cualquier tipo de riesgo existe una alta neutralidad, aunque otros están de acuerdo PAE 5 (60% de respuestas son neutras y 40% positivas); en si tienen gran capacidad de organización PAE 6 (50% de respuestas son positivas y 40% neutras), están de acuerdo en que si es de esa manera, sin embargo otros prefieren no opinar; los estudiantes de Ingeniería Electrónica prefieren no opinar frente a que los empresarios son personas con poca preparación académica PAE 7 (70% de respuestas son neutras); la gran mayoría mantienen una postura neutral en cuanto a si los empresarios son éticos y responsables socialmente, esto puede darse porque no tienen un juicio de valor para afirmar o desmentir PAE 8 (80% de respuestas son neutras); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (60% de respuestas son positivas y 40% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (50% de respuestas son positivas y 50% neutras) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 50% de respuestas son positivas y 50% neutras) mantienen la misma posición que la anterior.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición neutra, esto puede darse que evitan afirmar o desmentir tal vez porque desconocen del tema, pero se puede ver también que los encuestados si toman una postura positiva y negativa frente a cada variable, esto denota que si tienen conocimiento de la actividad empresarial Nariñense, por ello se atreven a dar su opinión.

Gráfica 182. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Electrónica



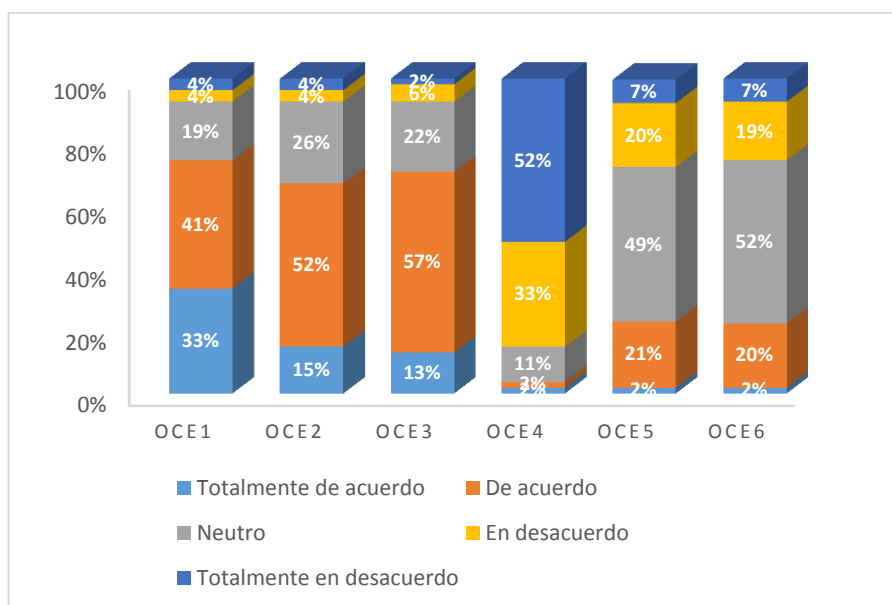
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Ingeniería Electrónica no opinan frente al tema en cuanto a la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (70% de respuestas son neutras; en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la mayoría dice contar con ellas RZ2 (50% de respuestas son positiva y 30% neutras) aunque otros prefieren no opinar; frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio se mantiene un gran porcentaje en neutro, y la otra mita está dividida entre aquellos que si conocen y los que no RZ3 (50% de respuestas son neutrales, 20% negativas y 30% positivas), así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil, otros por su parte ni avalan o rechazan la afirmación RZ4 (40% de respuestas son negativas y 40% neutras).

En conclusión, los estudiantes de Ingeniería Electrónica creen que no tienen la formación y por ello mantiene una postura neutral en algunas variables y en otras demuestran que sus debilidades frente a sus capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea transversal en todas la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder a dicho conocimiento.

7.3.10.2. Programa de Ingeniería Civil

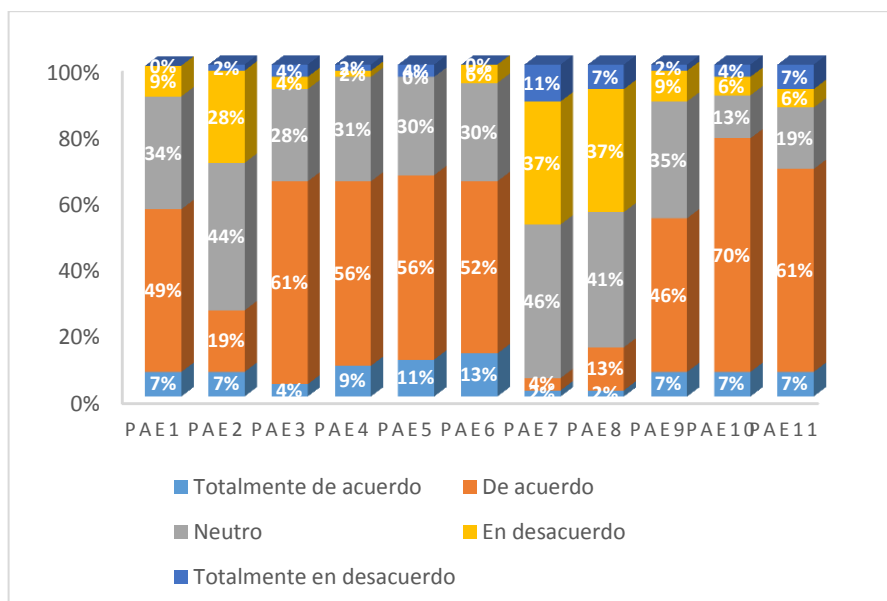
Gráfica 183. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil



Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (74% de respuestas son positivas), es decir lo ven relevante a la hora de emprender; trámites para crear una empresa, OCE2 (67% de respuestas son positivas); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (70% de respuestas son positivas); mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (85% de respuestas son negativas) no lo ven de esa forma, más bien la carrea se mira como un gran potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (50% de respuestas son neutras y 27% negativas), en esto prefieren no opinar, pero otros no ven que la falta de socios sea determinante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (52% de respuestas son neutras y 26% negativas) existe una alta neutralidad, tal vez porque no se han visto enfrentados al ejercicio, sin embargo otros opinan que si están en la capacidad de hacerlo. Se puede concluir entonces que las variables analizadas algunas son vistas como obstáculos, sin embargo existe una alta tendencia a no opinar del tema.

Gráfica 184. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil

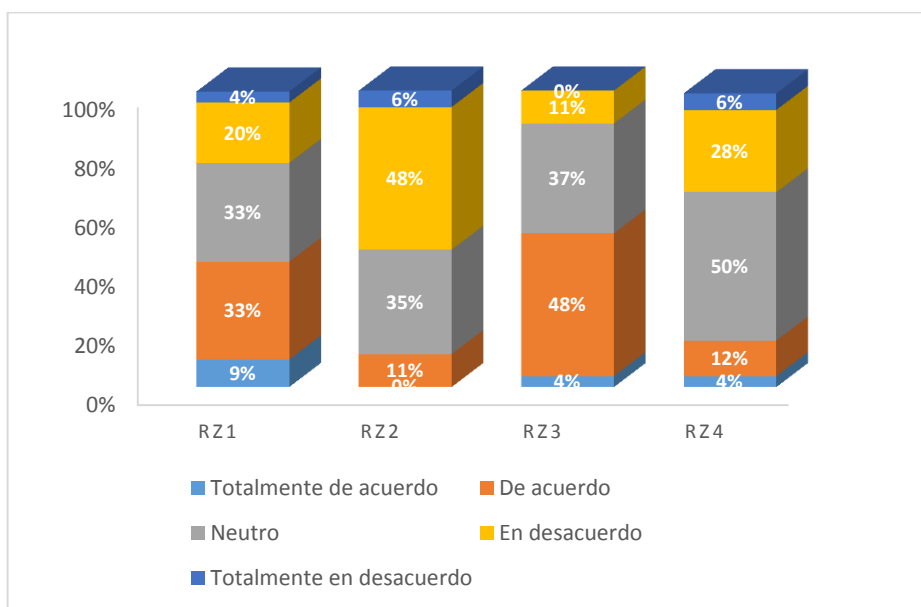


Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está dividida PAE 1 (56% de respuestas positivas), muchos que tal vez que tienen interés en emprender la ven necesario tanto el factor económico como otras variables; la mayoría prefiere no opinar frente a si los empresarios lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (44% de respuestas son neutras); frente al tema si les gusta asociarse una gran mayoría está de acuerdo PAE 3 (65% de respuestas son positivas y 28% neutras); la misma apreciación mantienen para PAE 4 (65% de respuestas son positivas y 31% neutras), PAE 5 (67% de respuestas son positivas y 30% neutras) y PAE 6 (65% de respuestas son positivas y 30% neutras); los estudiantes de Ingeniería Civil prefieren no opinar frente a que los empresarios son personas con poca preparación académica PAE 7 (46% de respuestas son neutras y 48% negativas), pero muchos no están de acuerdo y consideran que si tienen la preparación; mantienen una postura neutral en cuanto a si los empresarios son éticos y responsables socialmente, otros opinan que sí lo son en el PAE 8 (41% de respuestas son neutras y 44% negativas); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (53% de respuestas son positivas y 35% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (77% de respuestas son positivas) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (68% de respuestas son positivas) mantienen la misma posición que la anterior.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición neutral, esto puede darse que evitan afirmar o desmentir tal vez porque desconocen del tema, pero se puede ver también que los encuestados si toman una postura positiva y negativa frente a cada variable, esto denota que si tienen conocimiento de la actividad empresarial Nariñense, por ello se atreven a dar su opinión.

Gráfica 185. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Civil



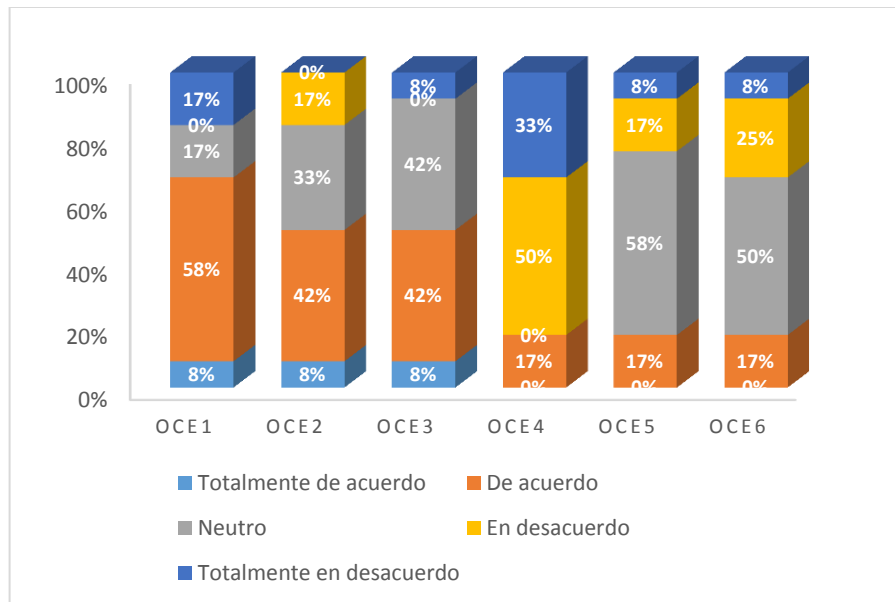
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Ingeniería Civil mantienen una posición dividida frente al tema en cuanto a la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (43% de respuestas son positivas, 33% neutras y 24% negativas); en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la mayoría dice contar con ellas RZ2 (54% de respuestas son positiva y 35% neutras) aunque otros prefieren no opinar; frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio argumentan que si las conocen, pero se mantienen también una alta neutralidad al tema RZ3 (52% de respuestas son positivas y 37% neutras), así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil, otros por su parte ni avalan o rechazan la afirmación RZ4 (50% de respuestas son neutras y 34% negativas). En conclusión, los estudiantes de Ingeniería Civil creen que no tienen la formación y por ello mantiene una postura neutral en algunas variables y en otras demuestran que sus debilidades frente a sus capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio, esta manifestación hace ver que se

requiere que el emprendimiento sea transversal en toda la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder a dicho conocimiento.

7.3.10.3. Programa de Ingeniería de Sistemas

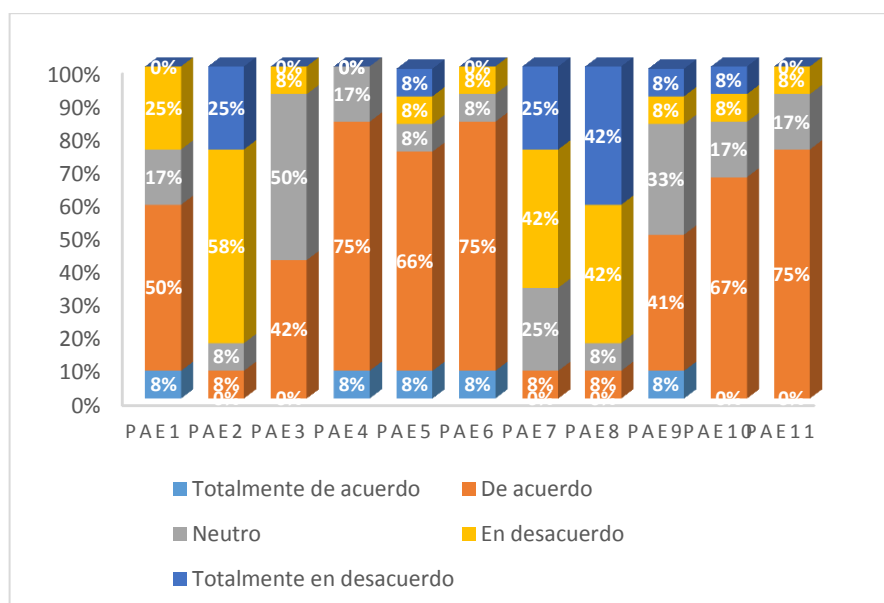
Gráfica 186. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas



Fuente: Esta investigación

En lo que concierne en que si algunos obstáculos tienen que ver en la intención emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (66% de respuestas son positivas), es decir lo ven relevante a la hora de emprender; trámites para crear una empresa, OCE2 (50% de respuestas son positivas); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (50% de respuestas son positivas); mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (83% de respuestas son negativas) no lo ven de esa forma, más bien la carrera se mira como un gran potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (58% de respuestas son neutras y 25% negativas), en esto prefieren no opinar, pero otros no ven que la falta de socios sea determinante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (50% de respuestas son neutras y 33% negativas) existe una alta neutralidad, tal vez porque no se han visto enfrentados al ejercicio, sin embargo otros opinan que si están en la capacidad de hacerlo. Se puede concluir entonces que las variables analizadas algunas son vistas como obstáculos, sin embargo existe una alta tendencia a no opinar del tema.

Gráfica 187. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas

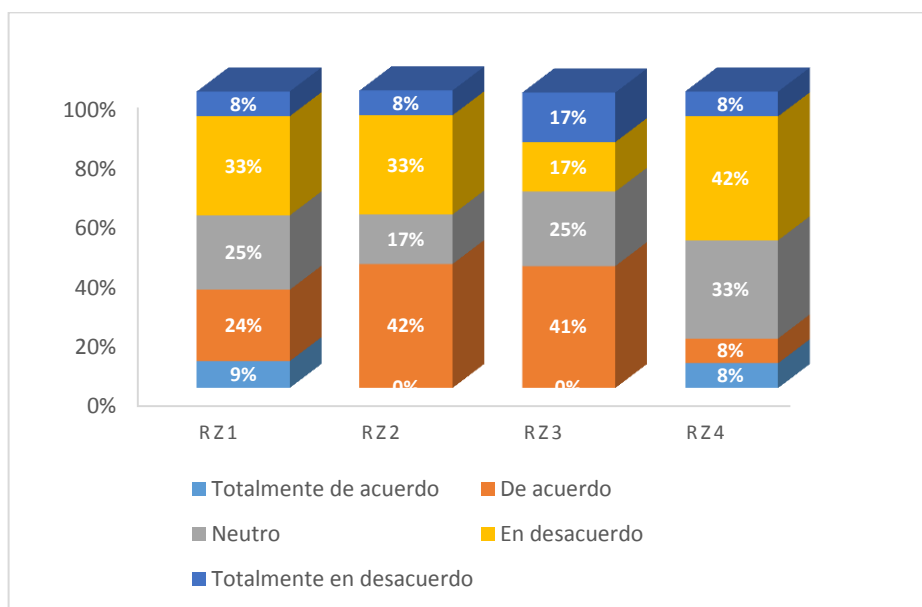


Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está dividida PAE 1 (58% de respuestas positivas), muchos que tal vez que tienen interés en emprender la ven necesario tanto el factor económico como otras variables; la mayoría no cree que los empresarios lo único que les interesa es el dinero PAE 2 (83% de respuestas son neutras); frente al tema si les gusta asociarse una gran mayoría prefiere no opinar, otros por su parte están de acuerdo PAE 3 (50% de respuestas son neutras y 42% positivas); la apreciación es positiva y avalan lo planteado tanto en PAE 4 (83% de respuestas son positivas), PAE 5 (76% de respuestas son positivas) y PAE 6 (83% de respuestas son positivas); los estudiantes de Ingeniería de Sistemas no están de acuerdo frente a que los empresarios son personas con poca preparación académica PAE 7 (67% de respuestas son negativas); si los empresarios son éticos y responsables socialmente la mayoría avala que sí lo son PAE 8 (84% de respuestas son negativas); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (51% de respuestas son positivas y 33% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (67% de respuestas son positivas) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (75% de respuestas son positivas) mantienen la misma posición que la anterior.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, en la gran mayoría de variables mantienen una posición neutral, esto puede darse que evitan afirmar o desmentir tal vez porque desconocen del tema, pero se puede ver también que los encuestados si toman una postura positiva y negativa frente a cada variable, esto denota que si tienen conocimiento de la actividad empresarial Nariñense, por ello se atreven a dar su opinión.

Gráfica 188. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería de Sistemas



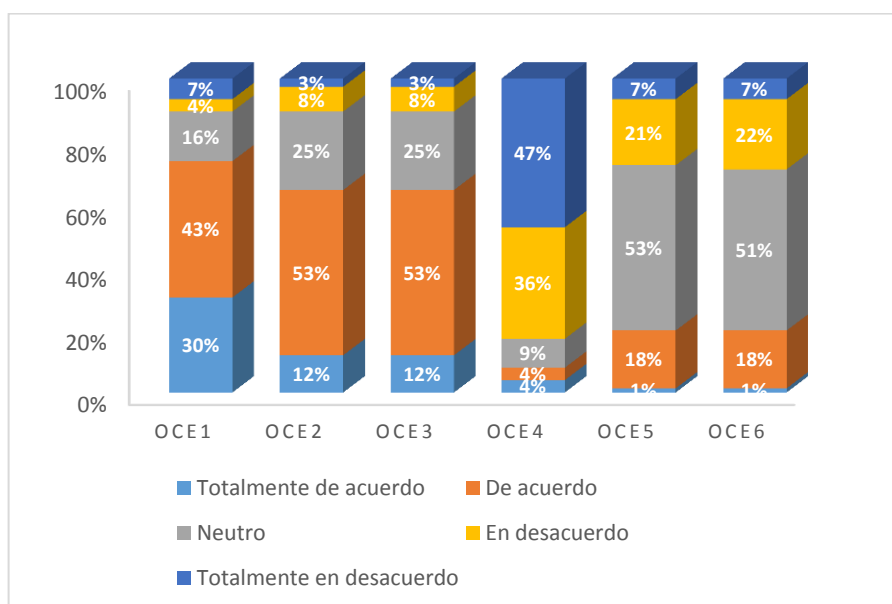
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Ingeniería de Sistemas mantienen una posición dividida frente al tema en cuanto a la formación necesaria en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (34% de respuestas son positivas, 25% neutras y 41% negativas); en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la opinión está dividida, algunos dicen contar con ellas RZ2 (42% de respuestas son positiva y 41% negativas) aunque otros argumentan que no y unos pocos prefieren no opinar; frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio argumentan que si las conocen, pero se mantienen también una alta neutralidad al tema RZ3 (41% de respuestas son positivas y 25% neutras), así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil, otros por su parte ni avalan o rechazan la afirmación RZ4 (50% de respuestas son neutras y 34% negativas). En conclusión, los estudiantes de Ingeniería de Sistemas creen que no tienen la formación y por ello mantiene una postura neutral en algunas variables y en otras demuestran que sus debilidades frente a sus

capacidades o a la complejidad de generar ideas de negocio, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea transversal en todas la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder a dicho conocimiento.

7.3.10.4. La Facultad de Ingeniería

Gráfica 189. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de la Facultad de Ingeniería

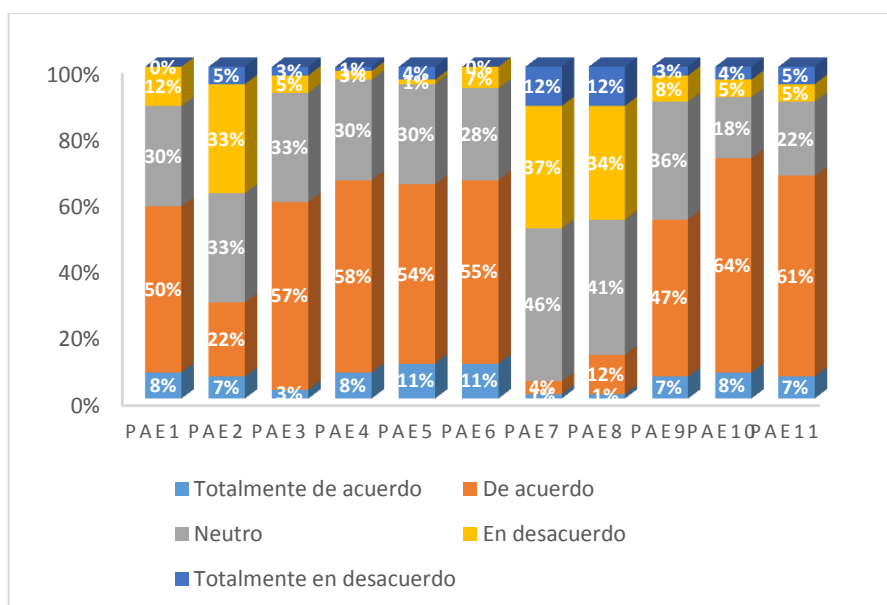


Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ver en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (73% de respuestas son positivas), es decir lo ven relevante a la hora de emprender; trámites para crear una empresa, OCE2 (65% de respuestas son positivas y 25% neutras), la ven como obstáculo; insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (65% de respuestas son positivas), el resto no está de acuerdo y otros prefieren no opinar; mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (83% de respuestas son negativas) no lo ven de esa forma, más bien la carrea se mira como un gran potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (28% de respuestas son negativas y 53% neutras), en esto prefieren algunos no opinar, otros ven que la falta de socios no sea determinante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (29% de respuestas negativas y 51% neutras) la mayoría prefieren mantener un posición neutral, al igual que al anterior variable sin embargo otros consideran que

si saben producir algo. Se puede concluir entonces que las variables analizadas no son vistas como obstáculos y por tanto se deben tener en cuenta al momento de la intensión emprendedora

Gráfica 190. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería



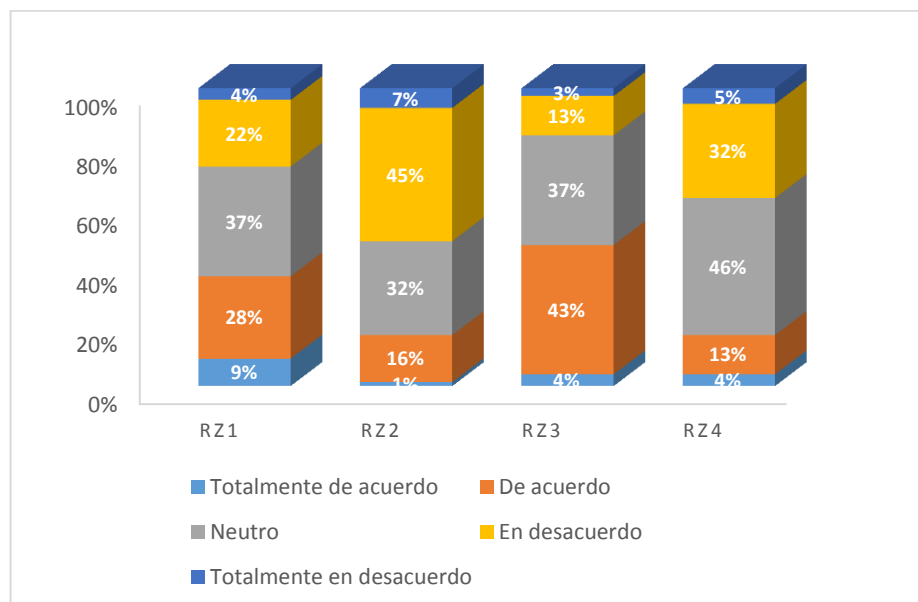
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes de la Facultad de Ingeniería su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está dividida PAE 1 (58% de respuestas positivas y 30% neutras) si bien en cierto que algunos no opinan, otros si creen que el factor dinero se requiere; unos cuantos prefiere no opinar frente al tema, la otra mita se divide ente los que creen que a los empresarios lo único que les interesa es el dinero y aquellos que no lo consideran así PAE 2 (38% de respuestas son negativas, 33% neutras y 29 positivas); frente al tema si les gusta asociarse una gran mayoría están de acuerdo PAE 3 (60% de respuestas positivas); la apreciación es positiva y avalan lo planteado tanto en PAE 4 (66% de respuestas son positivas y 30% neutras), PAE 5 (55% de respuestas son positivas y 30% neutras) y PAE 6 (66% de respuestas son positivas y 28% neutras), aunque también se debe destacar que existe en estas tres variables neutralidad; los estudiantes de La Facultad de Ingeniería no están de acuerdo frente a que los empresarios personas con poca preparación académica PAE 7 (49% de respuestas negativas y 46% neutras) aunque un porcentaje significativo prefiere no opinar, lo que no permite concluir la variable; si los empresarios son éticos y responsables socialmente la mayoría avala que sí lo son PAE 8 (46% de respuestas son negativas y 41% neutras) otros

prefieren no opinar del tema; manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (53% de respuestas son positivas y 36% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (72% de respuestas son positivas y 18% neutras) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (68% de respuestas son positivas y 22% neutras) mantienen la misma posición que la anterior.

Se concluye en este factor que los estudiantes de La Facultad de Ingeniería frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, prefieren no opinar, sin embargo en la mayoría de variables dan un aposición donde avalan que las variables si inciden en la intensión emprendedora, pero también existe un grupo significativo de variables sonde se mantiene una neutralidad lo que no permite ser concluyente.

Gráfica 191. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Facultad de Ingeniería



Fuente: Esta investigación

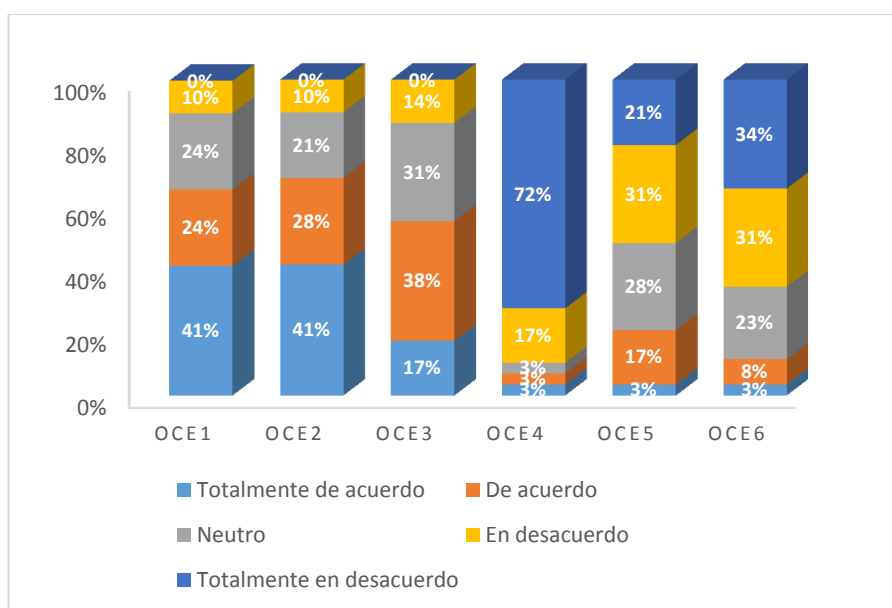
Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de La Facultad de Ingeniería han tenido formación en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (37% de respuestas son positivas y 37% neutras); en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la opinión en su mayoría avalan lo planteado en el interrogante RZ2 (52% de respuestas son negativas y 32% neutras) quiere decir que reconocen sus habilidades; frente a si conocen metodologías para generar

ideas de negocio argumentan que si las conocen RZ3 (47% de respuestas son positivas y 37% neutras), hay una posición dividida frente al factor, así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil RZ4 (37% de respuestas son negativas y 46% neutras). En conclusión, los estudiantes de La Facultad de Ingeniería creen que tienen la formación para generar ideas de negocio, sin embargo consideran que no es fácil hacerlo, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea transversal en toda la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder a dicho conocimiento, pese a que se mantiene una neutralidad en todas las variables.

7.3.11. Facultad Ingeniería Agroindustrial

7.3.11.1. Programa de Ingeniería Agroindustrial

Gráfica 192. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial

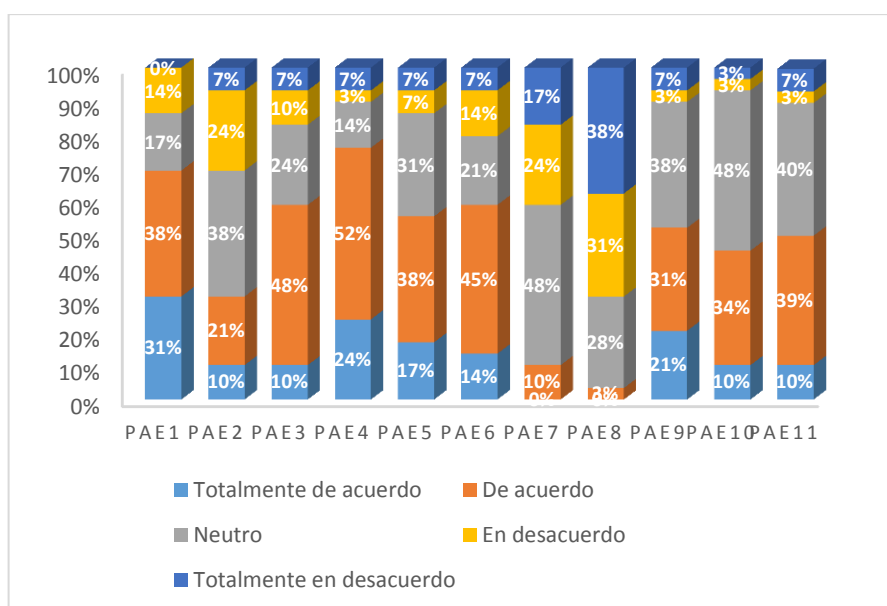


Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ven en la intención emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (66% de respuestas son positivas), es decir lo ven relevante a la hora de emprender; trámites para crear una empresa, OCE2 (69% de respuestas son positivas); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (55% de respuestas son positivas); mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (89% de respuestas son negativas) no lo ven de esa forma, más bien la carrea se mira como un gran potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una

empresa, OCE5 (52% de respuestas son negativas y 28% neurales), en esto prefieren algunos no opinar, pero la mayoría no ven que la falta de socios sea determinante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (65% de respuestas positivas) opinan que si están en la capacidad de crear y hacer socas, esto es por la carrera que va más allá al desarrollo de productos agroindustriales. Se puede concluir entonces que las variables analizadas no son vistas como obstáculos, sin embargo existe una alta tendencia a no opinar del tema.

Gráfica 193. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial



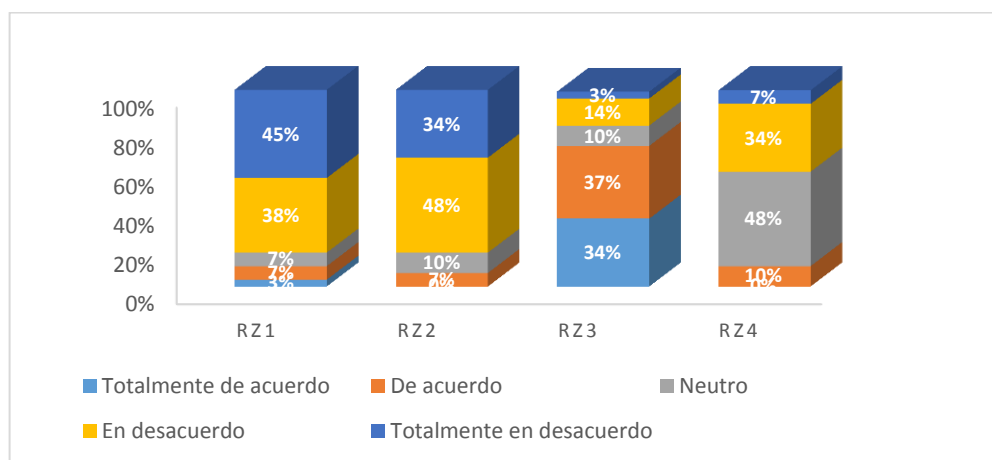
Fuente: Esta investigación

Los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está dividida PAE 1 (69% de respuestas positivas), muchos que tal vez que tienen interés en emprender la ven necesario tanto el factor económico como otras variables; la mayoría prefiere no opinar frente a la tema, pero los demás se dividen entre aquellos que no cree que los empresarios lo único que les interesa es el dinero y los que si PAE 2 (38% de respuestas son neutras, 31% negativas y 31% positivas); frente al tema si les gusta asociarse una gran mayoría prefiere no opinar, otros por su parte están de acuerdo PAE 3 (58% de respuestas positivas); la apreciación es positiva y avalan lo planteado tanto en PAE 4 (76% de respuestas son positivas), PAE 5 (55% de respuestas son positivas) y PAE 6 (59% de respuestas son positivas); los estudiantes de Ingeniería Agroindustrial no están de acuerdo frente a que los empresarios son personas con poca preparación

académica PAE 7 (48% de respuestas son neutras y 41% negativas) sin embargo la mayoría prefiere no opinar del tema; si los empresarios son éticos y responsables socialmente la mayoría avala que sí lo son PAE 8 (69% de respuestas son negativas); manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (52% de respuestas son positivas y 38% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (44% de respuestas son positivas y 48% negativas) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (49% de respuestas son positivas y 41% neutras) mantienen la misma posición que la anterior.

Se concluye en este factor que los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, prefieren no opinar, sin embargo en la mayoría de variables dan un oposición donde avalan que las variables si inciden en la intensión emprendedora

Gráfica 194. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes del Programa de Ingeniería Agroindustrial



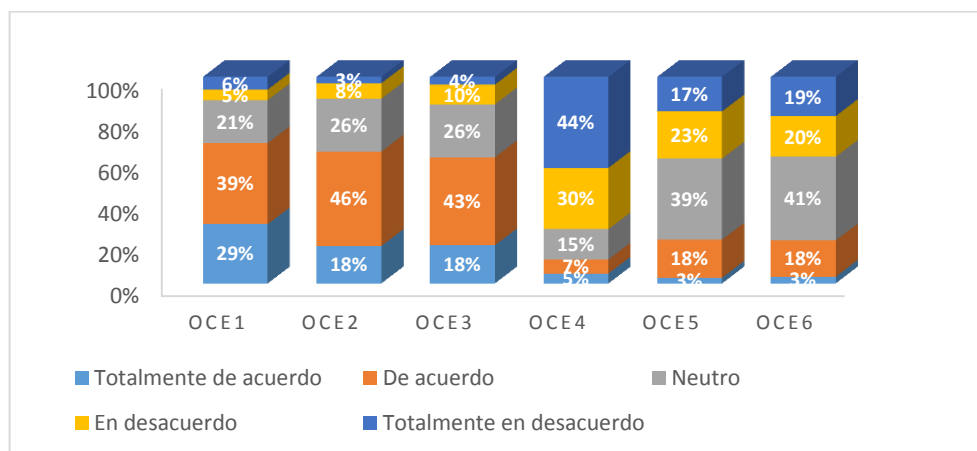
Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de Ingeniería Agroindustrial si han tenido formación en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (83% de respuestas son negativas); en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la opinión en su mayoría avalan lo planteado en el interrogante RZ2 (82% de respuestas son positiva); frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio argumentan que si las conocen RZ3 (73% de respuestas son positivas), así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil RZ4 (83% de respuestas son negativas). En conclusión, los estudiantes de Ingeniería Agroindustrial creen que tienen la formación para

generar ideas de negocio, sin embargo consideran que no es fácil hacerlo, esta manifestación hace ver que se requiere que el emprendimiento sea transversal en todas la universidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de acceder a dicho conocimiento.

7.3.12. Universidad de Nariño

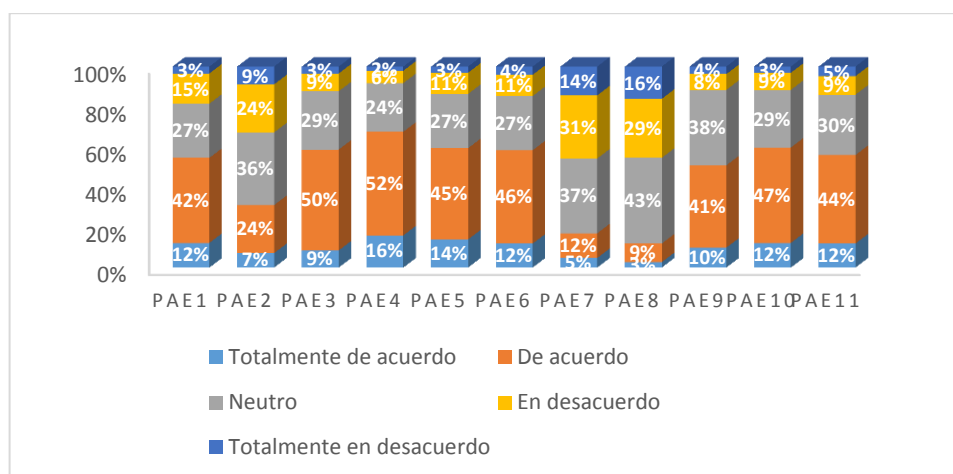
Gráfica 195. Obstáculos para crear empresa que son percibidos los estudiantes de la Universidad de Nariño



Fuente: Esta investigación

En si algunos obstáculos tienen que ver en la intensión emprendedora se tiene que: el escaso capital para iniciar la empresa, en el OCE1 (68% de respuestas son positivas), es decir lo ven relevante a la hora de emprender; trámites para crear una empresa, OCE2 (64% de respuestas son positivas); insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa, OCE3 (61% de respuestas son positivas); mi carrera universitaria no es para crear empresa, OCE4 (74% de respuestas son negativas) no lo ven de esa forma, más bien la carrea se mira como un gran potencial para crear empresa; falta de socios para iniciar una empresa, OCE5 (40% de respuestas son negativas y 39% neurales), en esto prefieren algunos no opinar, pero la mayoría no ven que la falta de socios sea determinante a la hora de querer emprender, y en lo que respecta a producir o fabricar algo OCE6 (39% de respuestas negativas y 41% neutras) un grupo significativo que opinan que no están en la capacidad de crear y hacer socas, la mayoría prefiere no opinar. Se puede concluir entonces que las variables analizadas no son vistas como obstáculos, sin embargo existe una tendencia a no opinar del tema.

Gráfica 196. Percepción de la actividad empresarial nariñense de los estudiantes de la Universidad de Nariño

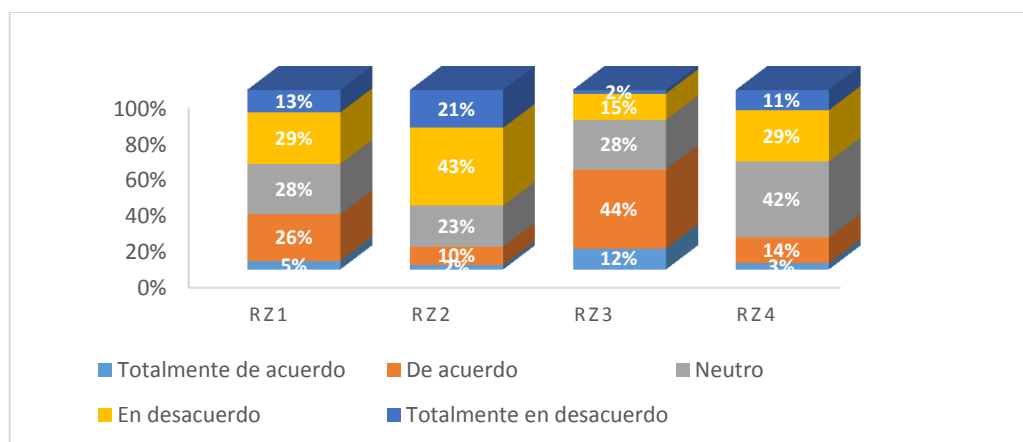


Fuente: Esta investigación

Los estudiantes de la Universidad de Nariño su postura frente a que si se requieren otros factores adicionales al dinero para iniciar su negocio, la percepción está enfocada a que si, PAE 1 (54% de respuestas positivas), muchos que tal vez tienen interés en emprender la ven necesario tanto el factor económico como otras variables; la mayoría prefiere no opinar frente a la tema, pero los demás se dividen entre aquellos que no creen que los empresarios lo único que les interesa es el dinero y los que si PAE 2 (36% de respuestas son neutras, 33% negativas y 31% positivas); frente al tema si les gusta asociarse la gran mayoría está de acuerdo, otros prefieren no opinar PAE 3 (59% de respuestas positivas y 29% neutras); la apreciación es positiva y avalan lo planteado tanto en PAE 4 (68% de respuestas son positivas), PAE 5 (59% de respuestas son positivas) y PAE 6 (48% de respuestas son positivas); los estudiantes de La Universidad de Nariño no están de acuerdo frente a que los empresarios son personas con poca preparación académica PAE 7 (45% de respuestas son positivas y 37% neutras) sin embargo unos cuantos prefiere no opinar del tema; si los empresarios son éticos y responsables socialmente la mayoría avala que sí lo son PAE 8 (45% de respuestas son negativas y 43% neutras) otros no opinan; manifiestan que los empresarios si se sobreponen fácilmente a las dificultades PAE 9 (51% de respuestas son positivas y 38% neutras), aunque algunos prefieren mantener una postura neutra tal vez por desconocimiento; de igual forma responden con respecto a si tienen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo PAE 10 (59% de respuestas son positivas y 29% negativas) y respecto a que los empresarios se adaptan fácilmente al cambio PAE 11 (56% de respuestas son positivas y 30% neutras) mantienen la misma posición que la anterior.

Se concluye en este factor que los estudiantes de la Universidad de Nariño frente a algunas generalidades sobre la actividad empresarial Nariñense, prefieren no opinar, sin embargo en la mayoría de variables dan un aposición donde avalan que las variables si inciden en la intensión emprendedora.

Gráfica 197. Razones que inciden en la generación de ideas de negocio para los estudiantes de la Universidad de Nariño



Fuente: Esta investigación

Para este ítem se puede evidenciar que los estudiantes de La Universidad de Nariño si han tenido formación en técnicas para generar ideas de negocio RZ1 (42% de respuestas son negativas, 31% positivas y 28% neutras) aunque un grupo significativo manifiesta no tenerlas y otros por su parte no opinan; en cuanto a si tiene habilidades para generar ideas de negocio, la opinión en su mayoría no avalan lo planteado en el interrogante RZ2 (64% de respuestas son negativas), es decir, si cuentan con habilidades; frente a si conocen metodologías para generar ideas de negocio argumentan que si las conocen RZ3 (66% de respuestas son positivas), así mismo consideran que generar ideas de negocio no es tan fácil RZ4 (40% de respuestas son negativas y 42% neutras) aunque la mayoría prefiere no opinar. En conclusión, los estudiantes de La Universidad de Nariño creen que tienen la formación para generar ideas de negocio, sin embargo consideran que no es fácil hacerlo, pero se mantiene la neutralidad en todas las variables, lo que no permite ser claro en afirmar cuales son las razones que inciden a la hora de emprender.

7.3.12. Universidad de Nariño. A continuación, se resumen los principales estadísticos descriptivos para las creencias de comportamiento, normativas y de control de los estudiantes de la Universidad de Nariño:

Tabla 5. Estadísticos descriptivos para la Universidad de Nariño

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Edad	293	1,00	2,00	1,1126	,31668
Género	293	1,00	2,00	1,5290	,50001
AP1	293	1,00	5,00	3,7816	1,03040
AP2	293	1,00	5,00	3,9113	1,04307
AP3	293	1,00	5,00	4,1331	1,04326
AP4	293	1,00	5,00	4,1126	1,12153
AP5	293	1,00	5,00	4,2116	1,04173
AP6	293	1,00	5,00	4,3208	,98940
AP7	293	1,00	5,00	3,3652	1,02357
AP8	293	1,00	5,00	3,3788	1,06138
AP9	293	1,00	5,00	3,2594	,91839
CU1	293	1,00	5,00	3,2184	1,26060
CU2	293	1,00	5,00	3,0546	1,20092
CU3	293	1,00	5,00	2,4812	1,11826
CU4	293	1,00	5,00	2,5461	1,24227
CU5	293	1,00	5,00	3,3379	1,05912
CU6	293	1,00	5,00	3,1399	1,02580
CU7	293	1,00	5,00	3,0444	1,08921
CU8	293	1,00	5,00	3,4778	1,06486
CF1	293	1,00	5,00	3,7816	1,03371
CF2	293	1,00	5,00	3,6553	,99689
CF3	293	1,00	5,00	3,5904	1,23706
CSC1	293	1,00	5,00	3,5768	,89810
CSC2	293	1,00	5,00	3,5768	,98885
CSC3	293	1,00	5,00	4,2389	,96386
CSC4	293	1,00	5,00	3,6041	,96528
CSC5	293	1,00	5,00	3,5256	,93460
CSC6	293	1,00	5,00	2,6314	1,13202
CSC7	293	1,00	5,00	2,4232	1,08779
CSC8	293	1,00	5,00	2,7338	1,17805
OCE1	293	1,00	5,00	3,7918	1,10153
OCE2	293	1,00	5,00	3,6826	,95710
OCE3	293	1,00	5,00	3,6246	1,01141
OCE4	293	1,00	5,00	1,9863	1,13769
OCE5	293	1,00	5,00	2,6758	1,04390
OCE6	293	1,00	5,00	2,6314	1,05693
PAE1	293	1,00	5,00	3,4505	1,00091
PAE2	293	1,00	5,00	2,9659	1,05930
PAE3	293	1,00	5,00	3,5154	,89745
PAE4	293	1,00	5,00	3,7338	,87436
PAE5	293	1,00	5,00	3,5666	,96151
PAE6	293	1,00	5,00	3,5154	,97429
PAE7	293	1,00	5,00	2,6177	1,02901
PAE8	293	1,00	5,00	2,5324	,95971
PAE9	293	1,00	5,00	3,4539	,91155
PAE10	293	1,00	5,00	3,5734	,92097
PAE11	293	1,00	5,00	3,4915	,98138
RZ1	293	1,00	5,00	2,8157	1,10113
RZ2	293	1,00	5,00	2,2935	,99098
RZ3	293	1,00	5,00	3,4846	,94937
RZ4	293	1,00	5,00	2,6997	,96438
N válido (por lista)	293				

Fuente: Esta investigación

En este caso se destacan las variables con puntuación igual o mayor a 4 y que en momento determinado se podría convertir en las principales creencias que inciden favorablemente o negativamente según sea el caso en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Nariño, las cuales son:

a) Actitudes positivas para emprender

AP3 Identificar y superar un reto personal.

AP4 Posibilidad de ganar más dinero que si fuera empleado.

AP5 Ser mi propio jefe, manejar mi tiempo y alcanzar la independencia

AP6 Lograr mi autorrealización y satisfacción personal.

b) Factores del Contexto Social y Cultural

CSC3 Es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.

En cambio, las variables con puntaje igual o Inferior a 2 constituyen en creencias o supuestos con los cuales los estudiantes no están de acuerdo o no tienen incidencia en su intención emprendedora:

a) Obstáculos para crear empresa

OCE 4 Mi carrera universitaria no es para crear empresa.

7.4. ANALISIS DE ENTREVISTAS

Tabla 6. Análisis de entrevista a directivos universitarios

TIPO DE CREENCIA	FACTORES QUE MÁS SE REPITEN
CREENCIAS DE COMPORTAMIENTO	- Honestidad, capacidad de trabajo - Gente muy valiosa, muy creativa que ha luchado contra adversidades. - La perseverancia del nariense. - El nariense es trabajador, es honesto, responsable - La lealtad. - La dedicación que tiene el nariense. - Creatividad. - La iniciativa, el empuje. - Su compromiso y arraigo con la región. - Muy estudiosos.
CREENCIAS NORMATIVAS	- Se cuenta con los conocimientos suficientes para poder levantar una empresa y sostenerla. - La motivación es la necesidad de generar sus propios recursos. - Conocer a personas que hayan tenido éxito. - La situación económica de Colombia. - Políticas a tener en cuenta como Fondo Emprender, Agro negocios, proyectos para jóvenes rurales. - La idiosincrasia. - Ausencia de verdaderos estímulos para generar más empresas.
CREENCIAS DE CONTROL	- Los planes de estudios de las diferentes carreras deben tener asignaturas o materias que lleven a la formación o que formen competencias en creación de empresa. - Motivar a los estudiantes para que conozcan los diferentes programas que tiene la región o el Gobierno Nacional para la creación de empresa, por ejemplo, el fondo emprender, las diferentes acciones del Ministerio de Industria y Comercio. - Desconocer estrategias empresariales que fomenten el espíritu innovador. - El empresario está pensando sólo en sí mismo, no en asociarse. - No creemos en nosotros mismos, más creemos en lo de afuera. - La falta de liderazgo y el temor al riesgo que genera cualquier inversión. - La falta de visión del empresario. - La timidez. - Se busca son negocios muy tradicionales. - Resistentes a la innovación. - Ausencia de verdaderos estímulos para generar más empresas. - La corrupción y la politiquería. - Impuestos. - El estado no protege la producción nacional. - Falta de vías de comunicación. - Carencia de vías terciarias. - Fundamentalmente el recurso financiero es uno de las grandes limitantes. - El Gobierno no tiene políticas para el fomento de la creación de las empresas. - En la región no hay posibilidades de acceder a buenos créditos, préstamos, a capacitaciones, etc. - Falta de contactos a nivel nacional e internacional. - Los costos en la región son muy altos. - Las políticas nacionales no tienen como prioridad al sector agropecuario. - Una infraestructura muy débil, una logística igualmente débil. - La situación geográfica de la región.
ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO	- La falta de empresa formal que genere empleo. - La preparación académica en conocimientos mucho más avanzados de programas por ejemplo postgraduales desde el punto de vista agropecuario, desde el punto de vista de los servicios sociales, desde el punto de vista del empresarismo, del emprendimiento, de la innovación. - Formar una escuela de formadores empresarios. - Preparación psicológica, motivacional. - La formación tiene que ser muy diversa, el estudiante debe saber de emprendimiento, de empresarismo, deben saber de finanzas, de formulación y evaluación de proyectos, de matemáticas financieras. - Docentes que tengan experiencia en la producción, que sean empresarios. - La formación en liderazgo. - Sería muy importante que Economía, Administración de Empresas, Comercio se junten y realicen un evento. Conversatorios con gente que ha hecho empresa. - Fortalecer la autoestima de las personas, que puedan creer en sí mismas, que puedan creer en las posibilidades.

Fuente: Esta investigación

8. ACCIONES ENCAMINADAS A FORTALECER EL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO.

La Universidad de Nariño como una institución acreditada en alta calidad desde el año 2017 mediante la resolución No. 10567 emanada por el Ministerio de Educación Nacional, ha buscado estandarizar sus procesos, por ello cuando se requiere hacer propuestas de mejora se las debe hacer bajo los lineamientos establecidos en la guía para la elaboración plan de mejoramiento, versión 1, código SGC-GU-04. Proceso de gestión de calidad. 2016, la cual da unos parámetros para realizarla. Por consiguiente, las acciones encaminadas a fortalecer el emprendimiento en la Universidad de Nariño se deben enmarcar en esos lineamientos y para ello se presenta un plan de mejora en ese aspecto con la estructura que la universidad maneja para que haya uniformidad en caso de que deseen los directivos llevarlas a cabo, la tabla No. 7 es el modelo estructural que se toma para realizar el plan de mejoramiento.

Tabla 7. Estructura plan de mejoramiento

NECESIDAD DE MEJORAMIENTO DETECTADA	OBJETIVO	METAS	ACCIONES	INDICADORES	FECHA		RECURSOS	RESPONSABLE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
					INICIO	FINAL			

Fuente: Guía para la elaboración plan de mejoramiento, versión 1, código SGC-GU-04

El plan de mejoramiento se encuentra estructurado de la siguiente manera: (UNIVERSIDAD DE NARIÑO, Guía metodológica para elaborar planes de mejoramiento sistematizados, 2018)

- **Necesidad de Mejoramiento Detectada:** Se extrae de la matriz de Identificación de necesidades de mejoramiento detectada en la sesión anterior.
- **Objetivos:** Surge de manera directa de la necesidad detectada y busca resolver la situación planteada en ella.
- **Metas:** Se debe plantear en términos cuantitativos según lo que se espera alcanzar, en cada uno de los periodos objeto del plan, con el fin de cumplir con el objetivo trazado. La meta es una frontera ideal que corresponde al momento en que es resuelta la necesidad.

- **Acciones:** Son las actividades y tareas que permitan alcanzar las metas. En el Plan se incluyen las acciones que en la primera etapa fueron priorizadas según los periodos señalados. Para cada meta propuesta, se necesita realizar una o varias acciones, que serán ejecutadas por los grupos de trabajo organizados por Facultad, bajo la dirección de los Decanos, Directores de Departamento y Líderes de Proceso.

- **Indicadores:** Son las muestras observables de los avances hacia la meta deseada o que muestran que ella sea alcanzada. Los indicadores pueden ser definidos para dar cuenta tanto del avance de las acciones como del resultado final de éstas. Para el monitoreo y seguimiento del plan de mejoramiento, el punto de referencia principal son los indicadores.

- **Fecha Inicio – Fecha Fin:** Para cada indicador se debe especificar la Fecha de Inicio de las acciones y la Fecha Fin en la que se espera alcanzar la meta.

- **Recursos:** Se deben precisar todos los requerimientos para que puedan desarrollarse las acciones previstas. Se debe incluir Recursos de Talento Humano, Recursos Físicos, Recursos Financieros, Recursos Tecnológicos, entre otros.

- **Responsables:** Este aspecto debe detallar los responsables de cada una de las acciones del plan a realizar. Se recurre al Talento Humano disponible en la Facultad o Unidad Administrativa, y se establece dentro de las responsabilidades que ellos asumen, presentar informes periódicos del avance de las actividades, según lo establecido en el sistema de seguimiento y control del Plan.

- **Medio de Verificación:** Se debe consignar, la manera en la cual se verificará con evidencias físicas, los avances o el cumplimiento de la meta propuesta. El medio de verificación, será utilizado para garantizar y demostrar que efectivamente se avanzó en el cumplimiento del objetivo trazado, en un periodo de tiempo determinado, o si se superó en su totalidad la necesidad detectada”

Para determinar la priorización de las acciones, se ha establecido un nivel de prioridad donde se tiene: bajo para aquellas que no requieren de urgencia y que se pueden desarrollar en el largo plazo, media para aquellas que requieren ser intervenidas en el mediano plazo y alta las que necesitan ser intervenidas de manera inmediata o en el corto plazo.

Tabla 8. Nivel de priorización de las acciones

NIVEL DE PRIORIDAD PARA PRIORIZACIÓN DE LAS ACCIONES
BAJA
MEDIA
ALTA

Fuente: Esta investigación

Tabla 9. Identificación de necesidades de mejoramiento del Emprendimiento en la Universidad de Nariño.

SITUACION A MEJORAR	CAUSAS QUE MOTIVAN LA NECESIDAD DE MEJORAMIENTO	ACCIONES	RECURSOS QUE SE REQUIEREN	PRIORIZACIÓN DE LAS ACCIONES
Implementación de una catedra transversal en emprendimiento para todos los programas de la Universidad de Nariño	Con base a la investigación planteada se estable que existe gran interés de emprender en estudiantes de 21 programas de la universidad de Nariño, pero que a su vez no cuentan con los conocimientos de formación en materia de emprendimiento	. Desarrollar una política al interior de la universidad de Nariño donde determine la obligatoriedad de impartir en el emprendimiento en todos los programas.	. Talento Humano . Tecnológicos . Físicos . Financieros	Alta
		. Generar unos contenidos para la programación temática de la asignatura que sea estándar para todos los programas.		Media
		. Incorporar los programas dentro de las reformas curriculares la asignatura de emprendimiento acorde a los contenidos establecidos y estandarizados.		Media
		.Designar docentes capacitados e idóneos para impartir la cátedra de emprendimiento en los programas.		Media
Desarrollo e implementación de una ruta y programa para el fortalecimiento del emprendimiento a través de la unidad de emprendimiento denominada UNIVERSIDAD DE NARIÑO EMPRESARIAL – UNEMPRESA	No se cuenta con espacios, programas y herramientas que permitan al estudiante potenciar su intención emprendedora o desarrollar sus emprendimientos.	. Establecer una ruta de emprendimiento para aquellos estudiantes que desean emprender desde la etapa de ideación hasta la etapa de acompañamiento a la puesta en marcha.	. Talento Humano . Tecnológicos . Físicos . Financieros	Alta
		. Desarrollar un programa de emprendimiento que permita fortalecer las cátedras de emprendimiento que se desarrollan en algunos programas.		Alta
		. Generar herramientas que le permitan a los emprendedores poder llevar a cabo sus ideas emprendedoras y que estén disponibles en páginas web.		Alta

Fuente: Esta investigación

Tabla 10. Diseño del plan de Mejoramiento para las Acciones Propuestas

NECESIDAD DE MEJORAMIENTO DETECTADA	OBJETIVOS	METAS	ACCIONES	INDICADORES	FECHAS		RECURSOS	RESPONSABLES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
					INICIO	FIN			
Implementación de una cátedra transversal en emprendimiento para todos los programas de la Universidad de Nariño	Implementar una cátedra transversal en emprendimiento para todos los programas de la Universidad de Nariño	Una política establecida frente al emprendimiento	. Desarrollar una política al interior de la universidad de Nariño donde determine la obligatoriedad de impartir en el emprendimiento en todos los programas.	Número	ene-19	jun-19	. Talento Humano . Tecnológicos . Físicos . Financieros	Rector y vicerrector académico	Alta
		Programación temática desarrollada en un 100%	. Generar unos contenidos para la programación temática de la asignatura que sea estándar para todos los programas.	Porcentaje	ago-19	dic-19		. Gestores Unidad de emprendimiento . Profesores programa de Administración de Empresas	Media
		100% de los programas con asignaturas de emprendimiento en su malla curricular	. Incorporar los programas dentro de las reformas curriculares la asignatura de emprendimiento acorde a los contenidos establecidos y estandarizados.	Porcentaje	ago-19	dic-19		. Decanos de facultades . Directores de departamentos . Coordinadores de programas	Media
		100% de los docentes designados para las cátedras	. Designar docentes capacitados e idóneos para impartir la cátedra de emprendimiento en los programas.	Porcentaje	ago-19	dic-19		. Vicerrector (a) académica . Directores de departamentos . Coordinadores de programas	Media
Desarrollo e implementación de una ruta y programa para el fortalecimiento del emprendimiento a través de la unidad de emprendimiento denominada UNIVERSIDAD DE NARIÑO EMPRESARIAL – UNEMPRESA	Desarrollar una ruta y programa para el fortalecimiento del emprendimiento a través de la unidad de emprendimiento denominada UNIVERSIDAD DE NARIÑO EMPRESARIAL – UNEMPRESA	Una ruta de emprendimiento creada y en marcha	. Establecer una ruta de emprendimiento para aquellos estudiantes que desean emprender desde la etapa de ideación hasta la etapa de acompañamiento a la puesta en marcha.	Número	ene-19	jun-19	. Talento Humano . Tecnológicos . Físicos . Financieros	Coordinador unidad de emprendimiento y gestores	Alta
		Programa de emprendimiento desarrollado y puesto en marcha en un 100%	. Desarrollar un programa de emprendimiento que permita fortalecer las cátedras de emprendimiento que se desarrollan en algunos programas.	Porcentaje	ene-19	jun-19		Coordinador unidad de emprendimiento y gestores	Alta
		10 herramientas desarrolladas y puestas a disposición.	. Generar herramientas que le permitan a los emprendedores poder llevar a cabo sus ideas emprendedoras y que estas estén disponibles en páginas web.	Número	ene-19	jun-19		Coordinador unidad de emprendimiento y gestores	Alta

Fuente: Esta investigación

8.1. SEGUIMIENTO AL PLAN DE MEJORAMIENTO

Para la evaluación de los indicadores se plantea la siguiente fórmula, con lo cual se hace verifica el cumplimiento de cada meta planteada.

$$\text{Porcentaje de Avance} = \frac{\text{Tareas ejecutadas}}{\text{Tareas Programadas}} \times 100$$

Para el seguimiento de cada meta se hace a través de la siguiente matriz, que se desarrollará una vez la administración de la Universidad de Nariño tome la decisión de acoger la propuesta.

Tabla 11. Matriz de seguimiento al plan de mejoramiento

CONTROL DEL AVANCE				CONTROL DE LA EFICACIA		
FECHA DE CONTROL (aaaa-mm-dd)	% EJECUCIÓN	JUSTIFICACIÓN DE RETRASO MAYOR	CONTEO (DÍAS)	FECHA REAL DE CIERRE (aaaa-mm-dd)	EVIDENCIAS DE LOS RESULTADOS LOGRADOS CON LA ACCIÓN	ESTADO

Fuente: Guía para la elaboración plan de mejoramiento, versión 1, código SGC-GU-04

Tabla 12. Aprobación del plan de mejoramiento

	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
CARGO:	Investigadores		
NOMBRE:	Luis Eduardo Benavides Fabio Ibarra Jaramillo		
FIRMA:			
FECHA:	Octubre - 2018		

Fuente: Esta investigación

Tabla 13. Control de Cambios

CONTROL DE CAMBIOS		
VERSIÓN No.	FECHA DE APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO

Fuente: Esta investigación

CONCLUSIONES

- En las creencias de comportamiento se puede identificar con claridad que la mayoría de estudiantes de la Universidad de Nariño tienen la intención de emprender. Los programas que presentan una respuesta superior al 90% en la variable “haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa” son los siguientes: Mercadeo (100% de favorabilidad); Zootecnia (100% de aceptación); Medicina Veterinaria (92% de respuestas positivas); Ingeniería Agronómica (92% de favorabilidad); Economía (91% de respuestas a favor); Contaduría Pública (90% de respuestas favorables). En contraste los estudiantes con más baja propensión a emprender se encuentran en programas como: Ingeniería Electrónica (40% de respuestas favorables); Psicología (30% de respuestas positivas). En el resto de programas la intención de emprender supera el 50% de respuestas positivas.
- Aunque gran parte de los estudiantes afirman haber cursado asignaturas de emprendimiento ya sea como parte de la formación profesional o como curso electivo, no están convencidos de que la universidad los inspira a desarrollar nuevas ideas de negocio. Solamente en programas como Medicina Veterinaria (67% de respuestas positivas), Ingeniería Electrónica (70% de favorabilidad); Ingeniería Agroindustrial (73% de a favor) y Mercadeo (76% de respuestas favorables) se alcanzan respuestas significativas a esta afirmación.
- La familia es un agente determinante en el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Nariño como se observa cuando se pregunta si los padres me motivan a ser emprendedor. Solamente programas como Economía (41% de favorabilidad) tienen respuestas por debajo del 50% a esta afirmación. En Programas como Medicina y Zootecnia se alcanza el 100% de respuestas positivas, en Medicina Veterinaria el 92% de respuestas a favor, en Ingeniería en Producción Acuícola un 89% de respuestas favorables mientras que en el resto de programas se supera el 50% de aceptación a esta premisa.
- Cuando se pregunta si es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena la mayor parte de los encuestados responden por encima del 50% de aceptación destacándose programas que superan el 90% como: Medicina Veterinaria (100% de respuestas a favor), Zootecnia (100% de favorabilidad), Ingeniería Ambiental (92% de aceptación), Comercio Internacional (92% de respuestas positivas), Economía (92% de respuestas favorables), Contaduría Pública (91% de favorabilidad).

- Como principales obstáculos para emprender se identifican el escaso capital para iniciar la empresa, muchos impuestos y trámites para crear una empresa y el insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa. Los porcentajes varían de un programa a otro, pero en la mayoría de respuestas se supera el 50% de aceptación con estas afirmaciones.
- En las respuestas que dieron los estudiantes se evidencia un consenso generalizado frente a la habilidad gerencial que tienen los empresarios nariñenses, como también que éstos les gusta asociarse con otros empresarios e inversionistas, que demuestran una mentalidad creativa e innovadora, que asumen riesgos calculados para el crecimiento de sus empresas y que tienen gran capacidad de organización. En estas variables se presentan niveles de aceptación superiores al 50% a diferencia de otras habilidades interrogadas que pueden presentar resultados inferiores al 50%.
- En cuanto si los estudiantes conocen metodologías para generar ideas de negocio como se puede observar en el consolidado general de la universidad, menos del 50% de los estudiantes han recibido formación al respecto

RECOMENDACIONES

- La Universidad debe establecer el emprendimiento como una temática transversal en todos sus programas, y esto debe ser tenido en cuenta para que en las reformas curriculares sea de obligatoriedad incluir el emprendimiento con el fin de contribuir a la formación y brindar herramientas a los estudiantes que les permita llevar sus ideas a la práctica y con ello formar empresa, dado que no en todos los programas se evidencia la intención emprendedora.
- La unidad de emprendimiento denominada UNIVERSIDAD DE NARIÑO EMPRESARIAL – UNEMPRESA, dentro de sus propuestas de fomento al emprendimiento debe desarrollar una ruta de formación en emprendimiento para que aquellos estudiantes que estén interesados en emprender encuentren espacios de formación y de acompañamiento.
- Es importante desarrollar permanentemente eventos de formación continua donde se invite a los empresarios de la región a contar sus experiencias de tal manera que sirvan de inspiración a los futuros emprendedores. Además, se pueden realizar campamentos de emprendimiento, talleres de ideación y modelos de negocio con técnicas creativas y lúdicas para que tengan cabida profesionales de todas las áreas del conocimiento, y con ello generar dentro de la universidad un ambiente inspirador frente al emprendimiento.
- Se debe ampliar la investigación a otras universidades del departamento de Nariño para conocer sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes con el fin de fortalecer la cultura emprendedora y el ecosistema del emprendimiento de la región de Nariño.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (50), 179-211. doi: <http://doi.org/cc3>
- Almobaireek, W.N. and Manolova, T.S. (2012) 'Who wants to be an entrepreneur? Entrepreneurial intentions among Saudi university students', *African Journal of Business Management*, Vol. 6, No. 11, pp.4029–4040.
- Athayde, R. (2009), "Measuring entreprise potential in young people", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 33 No. 2, pp. 481-500.
- Álvarez, C., Martins, I., & López, T. (2017). El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto Guesss Colombia 2016. Medellín: Universidad EAFIT.
- Azanza, G. (2011). La intención emprendedora en estudiantes universitarios. El caso de la Universidad de Deusto. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- Backman, J. (ed.) *Entrepreneurship and the Outlook for America*, Free Press, New York, 1983.
- Bae, T., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*(38), 217-254.
- Baggozi, R., Baumgartner, H., & Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*(10), 35-62.
- Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 167–182.
- Basu, A. (2010), "Comparing entrepreneurial intentions among students: the role of education and ethnic origin", *AIMS International journal of Management*, Vol. 4 No. 3, pp.163-176.
- Béchard, j.-P. and Toulouse, j.M. (1998), "Validation of the didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, Vol. 13 No. 4, pp. 317-332.

- Birch, D. L. Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work, Free Press, New York, 1987.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. Academy of Management (13), 442-453.
- Byabashija, W. and Katono, I. (2011), "The impact of college entrepreneurial education on entrepreneurial attitudes and intention to start a business in Uganda", Journal of Developmental Entrepreneurship, Vol. 16 No. 1, pp. 127-144.
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Proyecto "Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional", INTEC Chile, 21 p.
- CONGRESO DE COLOMBIA. (2017, 08 13). Avance Jurídico. Secretaria del Senado. Retrieved from http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. RENT IX Workshop in Entrepreneurship Research. Piacenza, Italy. November 23 – 24
- Drucker, P. Innovation and Entrepreneurship, Practice and Principles, Harper and Row, New York, 1985.
- European Commission. (2011). Entrepreneurship education: enabling teachers as a critical success factor – A report on Teacher Education and Training to prepare teachers for the challenge of entrepreneurship education. Brussels: The European Commission.
- FIDUCOLDEX. (2017). Programa de Transformación Productiva. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=607&conID=1>
- Fayolle, A. and Gailly, B. (2004), "Using the theory of planned behaviour to assess entrepreneurship teaching programs: a first experimentation", 14th Annual IntEnt Conference, University of Napoli Federico II, Italy, 4-7 July.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. Journal of European Industrial Training, 32(7), 569-593.
- Gird, A., & Bagraim, J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. South African Journal of Psychology(38), 711-724.

- Hannon, D. P. 2013. Why is the Entrepreneurial University Important? *Journal of Innovation Management*, 1(2): 10-17.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F: Mc Graw Hill.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L. and Stephan, U. (2011) 'Entrepreneurial intentions in developing and developed countries', *Education + Training*, Vol. 53, No. 5, pp.353–370.
- Iglesias Sánchez, P., Jambrino Maldonado, C., Peñafiel, A., & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education + Training* (58), 209-228. doi:<http://doi.org/10.1108/ET-01-2015-0004>
- Indarti and Rostiana (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia', 2008, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia*, Vol. 23, No. 4, Yogyakarta, Universitas Gajah Mada.
- Kautonen, T., van Gelderen, M. and Tornikoski, E.T. (2013) 'Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour', *Applied Economics*, Vol. 45, No. 6, pp.697–707.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*(21), 47-57.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*(21), 866-885. doi:<http://doi.org/fvgcpz>
- Kolvereid, L. and Moen, O. (1997), "Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference?", *Journal of European Industrial Training*, Vol. 21 No. 4, pp.154-160.
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*(15), 411-432. doi:<http://doi.org/dq9tqw>
- LA REPÚBLICA. (2014). Los principales desafíos de los 20 sectores de clase mundial. Obtenido de <https://www.larepublica.co/archivo/los-principales-desafios-de-los-20-sectores-de-clase-mundial-2102556>

- Lee, S., Chag, D., & Lim, S. (2005). Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea. *International Entrepreneurship and Management Journal*.
- Liñán, F. and Chen, Y. (2009) 'Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33, No. 3, pp.593–617.
- Liñan, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*(11), 907-933. doi:http://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5
- McMullan, W.E. and Gillin, L.M. (1998), "Developing technological start-up entrepreneurs: a case study of a graduate entrepreneurship programme at Swinburne University", *Technovation*, Vol. 18 No. 4, pp. 275-286.
- Maluk Salem, O. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor. Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación, 1-19.
- Mitchell, R., Busenitz, L., Bird, B., Gaglio, C., & McMullen, J. (2007). The central question in entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship Theory and Practice* (31), 1-27.
- Morales Alonso, G., Pablo Lerchundi, I., & Nuez del Río, M. (n.d.). Entrepreneurial intention of engineering students and associated influence of contextual factors. *International Journal of Social Psychology*(31), 75-90. doi:http://doi.org/10.1080/02134748.2015.1101314
- Moriano, J., Trejo, E., & Palací, F. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social* (16), 229-242.
- Noel, T.W. (2002). Effect of entrepreneurial education on intent to open a business: an explanatory study", *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 5, pp. 3-14.
- Osorio, F., & Londoño, J. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuad. admon.ser.organ*(28), 103-131.

- Ruiz Rios, D. (2015). Intenciones emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad del Valle sede Cali. Cali: Universidad del Valle.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The Social dimensions of entrepreneurship. Encyclopedia of Entrepreneurship. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1497759>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*(38), 291-332.
- Siu, W. and Lo, E.S. (2011) 'Cultural contingency in the cognitive model of entrepreneurial intention', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 37, No. 2, pp.147–173.
- Souitaris, V., Zerbini, S. and Al-Laham, A. (2007), "Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources", *Journal of Business Venturing*, Vol. 22 No. 4, pp. 566-591.
- Tarapuez, E., García, M., & Castellano, N. (2015). Elementos para la construcción de un instrumento que permita medir la intención empresarial en estudiantes universitarios de último semestre. *Tendencias*, VXI(2), 209-227.
- Thornton, P. H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual review of sociology*, 19-46.
- Universidad de Nariño. (2017, Septiembre 2). Retrieved from <http://www2.udenar.edu.co/inicio/la-universidad/>
- UNIVERSIDAD DE NARIÑO. (2017, 08 13). Reseña Histórica. Retrieved from <http://www2.udenar.edu.co/inicio/resena-historica/>
- Universidad de Nariño. (2017, Agosto Viernes). Retrieved from <http://www2.udenar.edu.co/inicio/resena-historica/>
- Valliere, D., & Peterson, R. (2009). Entrepreneurship And Economic Growth: Evidence From Emerging and Developed Countries. *Entrepreneurship & Regional Development*(21), 459 - 480.

- Vanevenhoven, J. (2013). Advances and challenges in entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*(51), 466-470.
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas* (Tercera ed.). Bogotá: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship*(31), 387-406. doi:<http://doi.org/bj32j5>

ANEXOS

Anexo A. Cuestionario Para Estudiantes



Objetivo: determinar los factores que influyen en la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de último año de la Universidad de Nariño que pertenecen las carreras profesionales relacionadas con los sectores de clase mundial. Para el desarrollo de este cuestionario es importante que usted tenga en cuenta el concepto de emprendedor: “Es la persona que realiza algún tipo de actividad productiva y/o comercial, enfocada a desarrollar sus habilidades personales y hacia la generación de ingresos, ya sea que la realice de manera formal o informal, independientemente del tiempo que se dedique a ella”.

A. Información Personal

¿Cuál es su rango de edad?

- ☐ Entre 20 y 25 años
- ☐ Entre 25 y 30 años
- ☐ Más de 30 años

¿A qué género pertenece?

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino
- ☐ ¿Otro? ¿Cuál?

¿Cuál es la carrera universitaria que estudia?

- ☐ Administración de Empresas
- ☐ Biología
- ☐ Comercio Internacional
- ☐ Contaduría Pública
- ☐ Diseño Gráfico
- ☐ Diseño Industrial
- ☐ Economía
- ☐ Ingeniería Agroforestal
- ☐ Ingeniería Agroindustrial
- ☐ Ingeniería Agronómica
- ☐ Ingeniería Ambiental
- ☐ Ingeniería Civil
- ☐ Ingeniería Electrónica
- ☐ Ingeniería en Producción Acuícola
- ☐ Ingeniería de Sistemas
- ☐ Medicina
- ☐ Medicina Veterinaria
- ☐ Mercadeo
- ☐ Psicología
- ☐ Química

- Zootecnia

B. Factores que inciden en la intención de emprender

Por favor conteste a los siguientes enunciados de acuerdo a la escala propuesta:
(Marque con una X)

Variable	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Actitudes positivas para emprender					
He pensado seriamente en iniciar una empresa.					
Hare todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa en el futuro.					
Identificar y superar un reto personal.					
Posibilidad de ganar más dinero que si fuera empleado.					
Ser mi propio jefe, manejar mi tiempo y alcanzar la independencia.					
Lograr mi autorrealización y satisfacción personal.					
Dificultad para conseguir empleo.					
En su plan de vida no se visualiza como empleado.					
La alta posición social que ocupan quienes son empresarios.					
El contexto universitario					
He asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio obligatorio de mis estudios.					
He asistido al menos a un curso de emprendimiento como espacio electivo de mis estudios.					
Estoy estudiando un programa específico de emprendimiento por mi cuenta.					
No he asistido a un curso de emprendimiento hasta ahora.					
El entorno de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios.					
En mi universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras.					
Las materias de emprendimiento de la universidad desarrollan mi intención de crear una empresa.					
La universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario.					
El contexto familiar					
Mis padres me motivan a ser emprendedor.					
Mis familiares cercanos me motivan a ser emprendedor.					
Alguno de los miembros de mi familia tiene un negocio o empresa propia.					
El contexto social y cultural					
A tus amigos les interesa emprender					
Alguno de tus amigos es emprendedor.					
Es mejor ser dueño de su propia empresa que					

empleado en una ajena.					
En esta región se admira a quienes dirigen sus					
propias empresas.					
Tener una empresa propia genera poder,					
respeto y un estatus social alto.					
Algunas creencias religiosas castigan a los ricos y promueven la pobreza.					
Baja confianza en mis capacidades Emprendedoras.					
No tengo claro qué empresa quisiera crear.					
Obstáculos para crear empresa					
Escaso capital para iniciar la empresa.					
Muchos impuestos y trámites para crear una empresa.					
Insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas para crear la empresa.					
Mi carrera universitaria no es para crear empresa.					
Falta de socios para iniciar una empresa.					
No sé producir ni fabricar nada en particular.					
Percepción sobre la actividad empresarial nariñense.					
El dinero es solamente un factor más de los que se requiere para crear empresa.					
Ganar dinero es lo único que les interesa a los empresarios.					
Les gusta asociarse con otros empresarios e inversionistas.					
Demuestran su mentalidad creativa e innovadora.					
Asumen riesgos calculados para el crecimiento de sus empresas.					
Tienen gran capacidad de organización.					
Son personas con poca preparación académica.					
Son personas con escaso criterio de ética, justicia y responsabilidad social.					
Se sobreponen a las dificultades.					
Posen buenas habilidades financieras, de gestión y de mercadeo.					
Se adaptan fácilmente al cambio e incluso lo generan.					

C. Factores que inciden en la generación de ideas de negocio

Por favor conteste a los siguientes enunciados de acuerdo a la escala propuesta:
(Marque con una X)

Variable	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
----------	--------------------------	---------------	--------	------------	-----------------------

Razones que inciden en la generación de ideas de negocio

No he tenido formación en técnicas para generar ideas de negocio

No tengo habilidades para generar ideas de negocio

Conozco metodologías para generar ideas de negocio

Generar ideas de negocio es demasiado difícil

Observaciones y sugerencias:

¡Muchas gracias por su tiempo!

**Anexo B. Guía De Entrevista A Directores De Programa, Decanos Y
Directivos De La Administración Central**

1. ¿Qué imagen tiene de los empresarios nariñenses?
 2. ¿Qué características socioculturales de los nariñenses considera favorables para fomentar el espíritu emprendedor?
 3. ¿Qué características socioculturales de los nariñenses considera limitantes para fomentar el espíritu emprendedor?
 4. ¿Cuáles cree usted que son los aspectos que más motivan a quienes quieren ser empresarios?
 5. ¿Qué factores cree limitan la creación de empresas en la región?
 6. ¿Qué factores considera relevantes en la formación de los estudiantes para que se motiven a crear empresas?
- ¡Muchas gracias por su tiempo!