



**UNIVERSIDAD
EAFIT**

SIEGDE



Encuesta sobre la percepción,
intención y actitud emprendedora
de los estudiantes del MBA
EAFIT



Encuesta sobre la percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes del MBA EAFIT

30/09/2022

Informe MBA 2022

Autores

Izaias Martins
Juan Pablo Pérez

Contenido

1. Información demográfica.....	4
2. Efecto del proceso de formación en emprendimiento: un análisis descriptivo	5
2.1. Orientación emprendedora	5
2.2. ADN innovador	8
2.3. Miedo al fracaso y estigma al fracaso	9
2.4. Motivaciones para emprender.....	10
2.5. Intención emprendedora	11
2.6. Percepción a emprender después del curso	12
3. Efecto del proceso de formación en emprendimiento: un análisis inferencial.....	13

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. Información demográfica

Durante los años 2021 y 2022 cerca de 199 alumnos de posgrado que recibieron formación en emprendimiento a través del curso Innovación y emprendimiento, completaron un proceso de medición que permitió identificar sus perspectivas en torno a la actividad emprendedora. Este proceso de medición fue ejecutado a través de una encuesta anónima de tipo electrónico, la cual está conformada por preguntas cerradas, diseñadas en escala Likert de 7 puntos y preguntas dicotómicas. La encuesta consta de dos fases. En la primera, los estudiantes responden en línea a las preguntas planteadas durante las dos primeras sesiones de clase, minimizando los sesgos que puedan afectar la calidad de la respuesta. La segunda fase, por su parte, se lleva a cabo durante el periodo de finalización del curso y tiene como objetivo identificar las variaciones en las percepciones de los alumnos debido al proceso de formación en emprendimiento.

El curso consta de tres módulos: 1. Contextualización de la innovación y el emprendimiento: actores y sus papeles; 2. Gestión de la innovación y los emprendimientos de alto valor; y 3. Materialización de la innovación y el emprendimiento. A través de dichas unidades temáticas, los estudiantes comprenden los elementos propios del proceso creativo, reconocen los actores que componen el ecosistema emprendedor e identifican las dimensiones alrededor de la gestión de la innovación en las empresas. Con respecto a estas últimas, se hace especial énfasis en la gestión de proyectos y el fortalecimiento de habilidades innovadoras de las personas, a través de la teoría del ADN Innovador.

Lo anterior se enmarca en una estrategia de aprendizaje activo, en la cual el estudiante se convierte en protagonista de su proceso formativo y arquitecto de su propio conocimiento. En ese sentido, el curso propone una serie de actividades como el análisis de casos reales, la realización de foros, charlas y conferencias con emprendedores, entre otras, las cuales buscan facilitar la apropiación de conceptos clave alrededor de la innovación y el emprendimiento.

Figura 1. Distribución geográfica

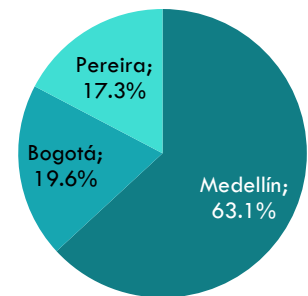
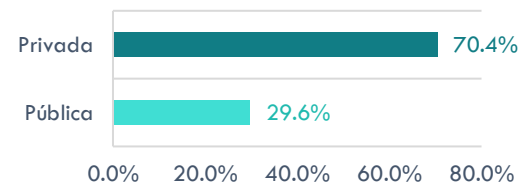


Figura 2. Carácter de la universidad en el posgrado



A nivel de distribución geográfica el 96.48% de los individuos encuestados son originarios de Colombia, donde el 63.1% cursa su posgrado en la ciudad de Medellín, destacando la relevancia de la sede principal de la Universidad (ver Figura 1) como centro de formación. En esta línea, alrededor del 70.4% de los encuestados realizaron su formación de pregrado en universidades de carácter privado, mientras que el porcentaje restante recibió su formación universitaria en universidades públicas (ver Figura 2).

Respecto a la distribución del género, se evidencia una mayor participación masculina con el 62.8% de la muestra correspondiente a hombres, mientras el 37.2% obedece a mujeres. A su vez, la mayor parte de la muestra se encuentra en la edad madura (96.5%), donde el 63.8% de los participantes se encuentran en la primera fase de este periodo, el 28.6% en la segunda fase y el 4.0% en el fin de la madurez (Figura 4). Esta situación puede ser el reflejo de la necesidad de los individuos por llevar a cabo procesos de especialización en edad productiva, con el fin de alcanzar mejores opciones profesionales.

Figura 3. Género

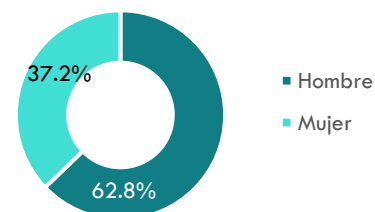
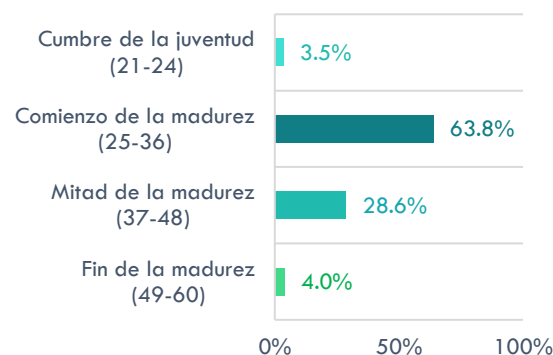


Figura 4. Edad



2. Efecto del proceso de formación en emprendimiento: un análisis descriptivo

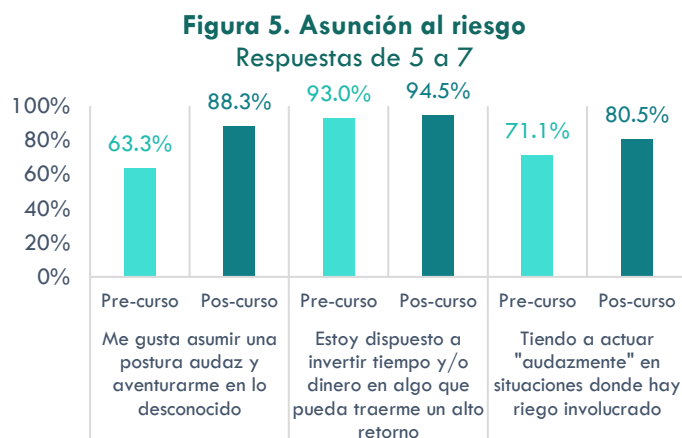
En las siguientes secciones se indaga acerca del efecto del proceso de formación en emprendimiento sobre los individuos. En este sentido, desde la inferencia descriptiva se identifican las principales variaciones que tuvo la educación en emprendimiento sobre la orientación emprendedora, el ADN innovador, el miedo al fracaso y el estigma al fracaso, las motivaciones para emprender, la intención emprendedora y la percepción a emprender después del curso. Para ello, se considera una muestra de 128 individuos que respondieron la encuesta en los dos puntos del tiempo, es decir, en la fase 1 y en la fase 2.

2.1. Orientación emprendedora

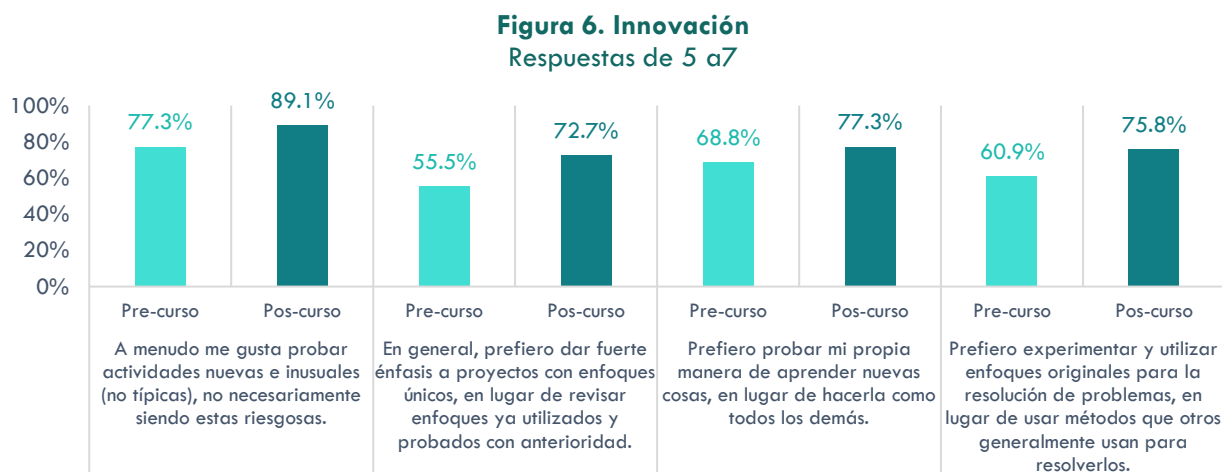
Entendida como el conjunto de características y atributos de la personalidad que incrementan la probabilidad de llevar a cabo actividades emprendedoras y tener éxito en ellas, la orientación emprendedora está

conformada por 5 dimensiones, a saber, la asunción al riesgo, la innovación, la proactividad, la pasión y la perseverancia. Éstas reflejan las disposiciones y comportamientos que permiten a los individuos aminorar y hacer frente a la incertidumbre.

La asunción al riesgo, que mide el potencial de los individuos para asignar recursos y esfuerzos a proyectos con resultados inciertos, se ve favorecida con el proceso de formación. En este sentido, antes del curso cerca del 63% de los individuos asumen una postura marcadamente audaz para aventurarse a lo desconocido (5 a 7), porcentaje que se incrementa significativamente una vez finalizado el curso, alcanzando un 88.3% (ver Figura 5). Esta tendencia ascendente también se evidencia para los otros dos ítems, en particular para la actuación audaz en situaciones con riesgo involucrado, pasando del 71.1% de la muestra al 80.5%.



La innovación, por su parte, refleja la voluntad de actualizar las viejas formas generando nuevas ideas y combinaciones. Los resultados para esta dimensión, al igual que para el riesgo, demuestran el potencial de los programas de formación en emprendimiento, pues para los 4 ítems se refleja un incremento del número de individuos que respondieron favorablemente (5 a 7), como lo muestra la Figura 6. En términos individuales, el segundo ítem (prefiero dar fuerte énfasis a proyectos con enfoques únicos) y el cuarto ítem (prefiero experimentar y utilizar enfoques originales para la resolución de problemas) presentaron el



mayor crecimiento (17.2% y 14.8% respectivamente), destacando el potencial de la educación para ayudar en la innovación asociada a enfoques únicos y a la solución de problemas.

Por otra parte, la proactividad se refiere a la capacidad manifiesta de adoptar una postura anticipatoria y como es de esperarse presenta cambios significativos una vez los contenidos del curso han sido asimilados. Así, el porcentaje de individuos con una elevada conducta anticipatoria pasa de 85.2% a 88.3%, la alta capacidad de planificación de 88.3% a 90.6% y el deseo de dar un paso adelante por encima de los demás de 85.9% a 89.1% (ver Figura 7).

A nivel emocional, los resultados asociados con la pasión sugieren que la educación emprendedora incentiva los sentimientos positivos intensos que son experimentados por los individuos al participar en actividades emprendedoras. Estos resultados se demuestran en la Figura 8, donde los tres últimos ítems vinculados con este constructo presentan un crecimiento absoluto superior al 10%.

Figura 7. Proactividad
Respuestas de 5 a 7

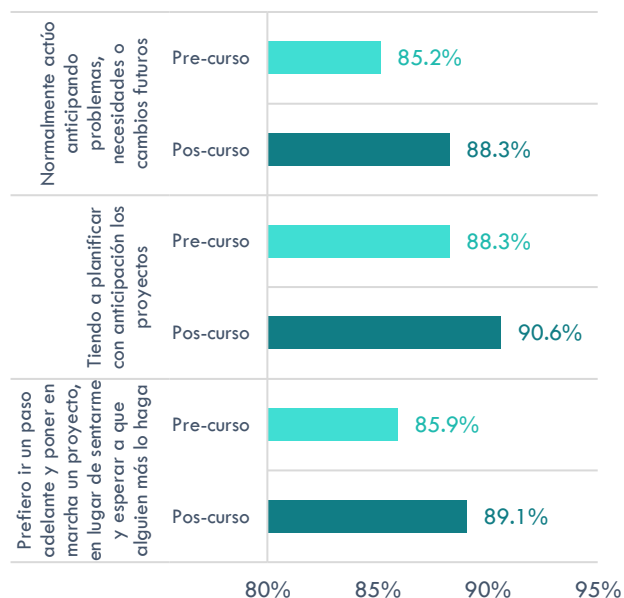
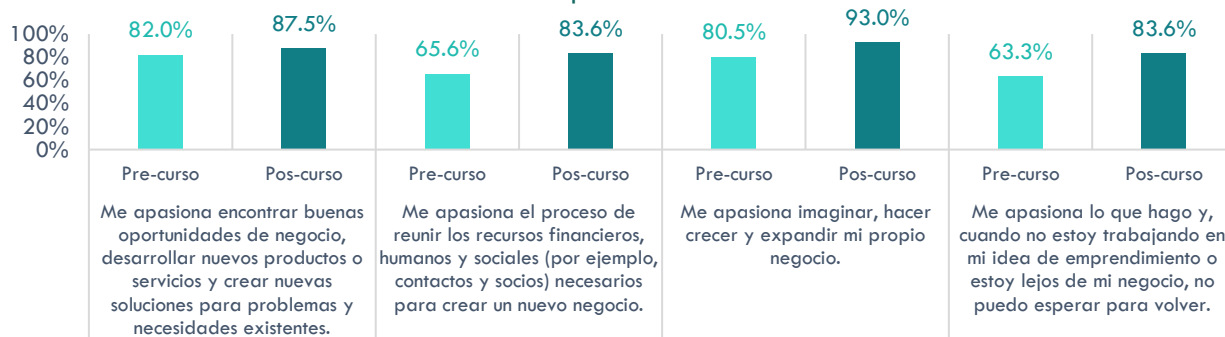


Figura 8. Pasión
Respuestas de 5 a 7



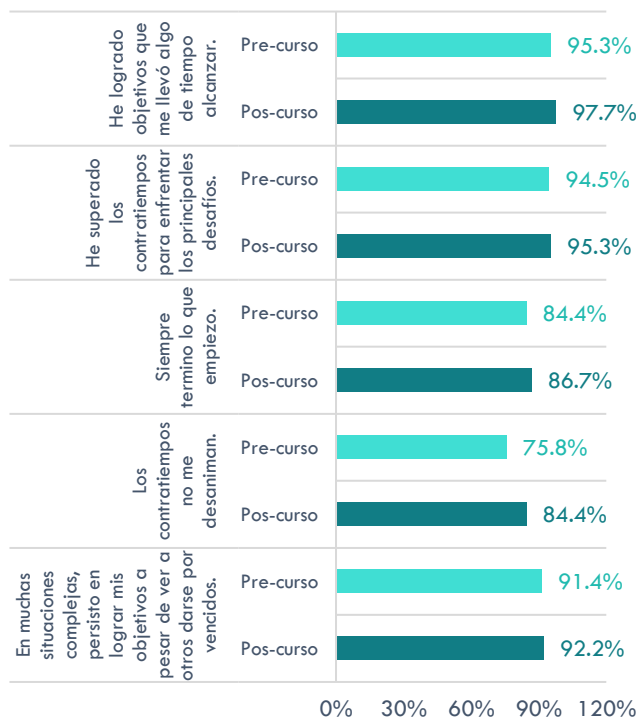
Finalmente, los resultados exhibidos a nivel de perseverancia demuestran que la educación emprendedora no tiene mayor efecto sobre esta dimensión como se representa en la Figura 9. De este modo, la perseverancia, que está relacionada con la búsqueda continua de metas a pesar de la adversidad, presenta elevados niveles antes de iniciar la formación y una vez finalizada permanece en niveles estables que son superiores al 80% para la mayoría de los ítems.

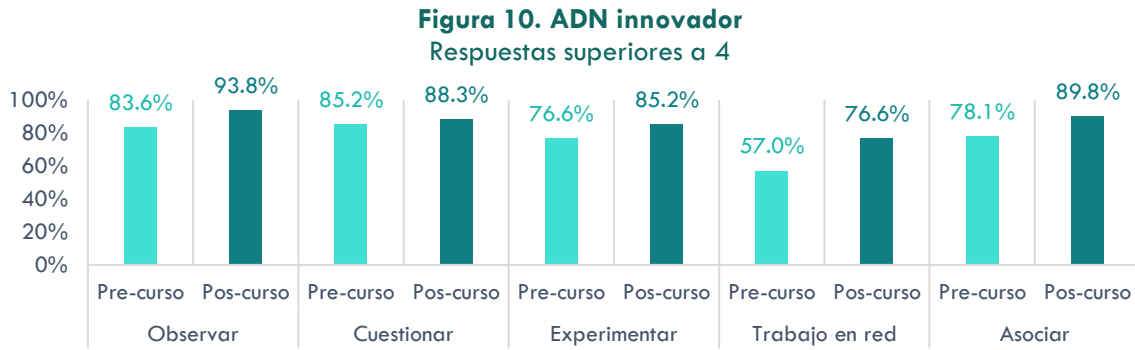
2.2. ADN innovador

El ADN innovador que define a un individuo puede ser entendido a partir de 5 habilidades fundamentales, como la capacidad de observar, de cuestionar, experimentar, trabajar en red y asociar. Estas habilidades, que son medidas a partir de un conjunto de ítems, son operacionalizadas a nivel de promedios y se analizan los resultados para valores superiores a 4 de una escala continua entre 1 y 7.

En ese sentido, la observación como factor de cambio que se vincula directamente al descubrimiento de nuevas oportunidades se ve fortalecida por el proceso de formación en emprendimiento. Así, una vez finalizado el curso cerca del 94% de los encuestados manifiestan en promedio una elevada capacidad de observación como se evidencia en la Figura 10. Respecto a la capacidad de cuestionar, el curso no representa mayores ventajas, pues el porcentaje de participación en la misma se mantiene en niveles cercanos al 85%. Entre tanto, la experimentación que consiste en la prueba de nuevas ideas a través de prototipos y pilotos se fortalece para el 10% de la muestra gracias al curso de formación en emprendimiento, siendo la segunda capacidad más favorecida después del trabajo en red. Al respecto, el curso permite a los individuos mejorar su habilidad para tejer nuevas relaciones que propendan por iniciativas innovadoras, pues el porcentaje de encuestados con una alta capacidad de trabajo en red se incrementa en cerca del 20%. Finalmente, la habilidad de conectar de manera exitosa preguntas, ideas o problemas de diferentes áreas de conocimiento mediante la asociación, también se ve impactada positivamente por la educación emprendedora, donde la participación pasa de 78% a 89%.

Figura 9. Perseverancia
Respuestas de 5 a 7

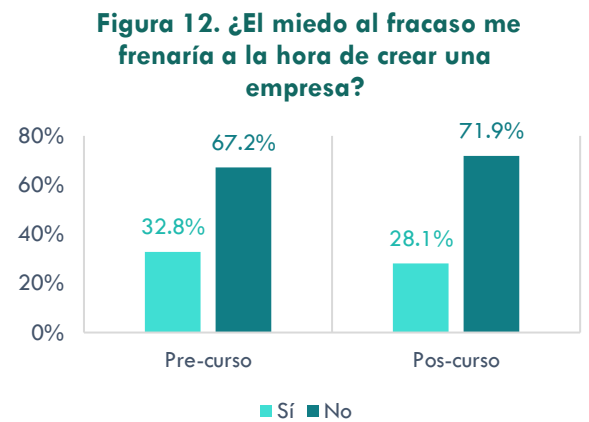




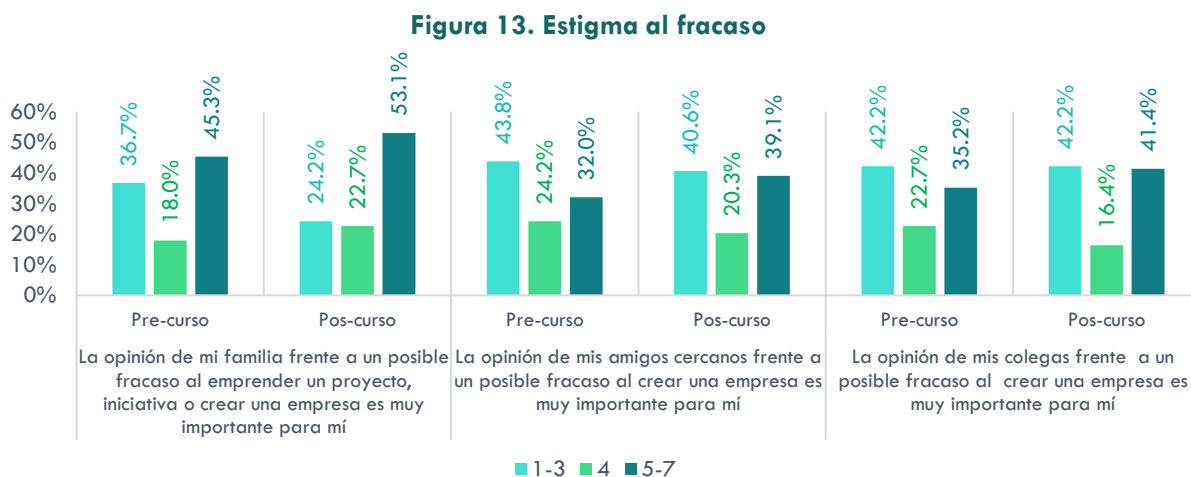
2.3. Miedo al fracaso y estigma al fracaso

El miedo al fracaso y el estigma asociado al mismo determinan el éxito en la actividad emprendedora llevada a cabo por el individuo, en la medida que condicionan el actuar del mismo. Así, cuanto mayor sea el estigma percibido por el individuo, mayor será la presión social esperada, lo que a su vez se traduce en una limitación de sus estructuras cognitivas y por lo tanto de su proceso emprendedor.

Los resultados asociados con el proceso de formación demuestran un leve incremento del porcentaje de estudiantes cuyo miedo al fracaso no los detendría a la hora de llevar a cabo un emprendimiento como lo demuestra la Figura 12. A su vez, la valoración del fracaso que el individuo percibe de su núcleo social cercano se incrementa con el proceso de formación. De este modo, una vez finalizado el curso una mayor proporción de individuos demuestra una elevada valoración por la opinión de su familia, amigos y colegas. Particularmente, aunque la familia posee una mayor relevancia dentro de este grupo de referencia, la educación parece reforzar la opinión de los amigos, al



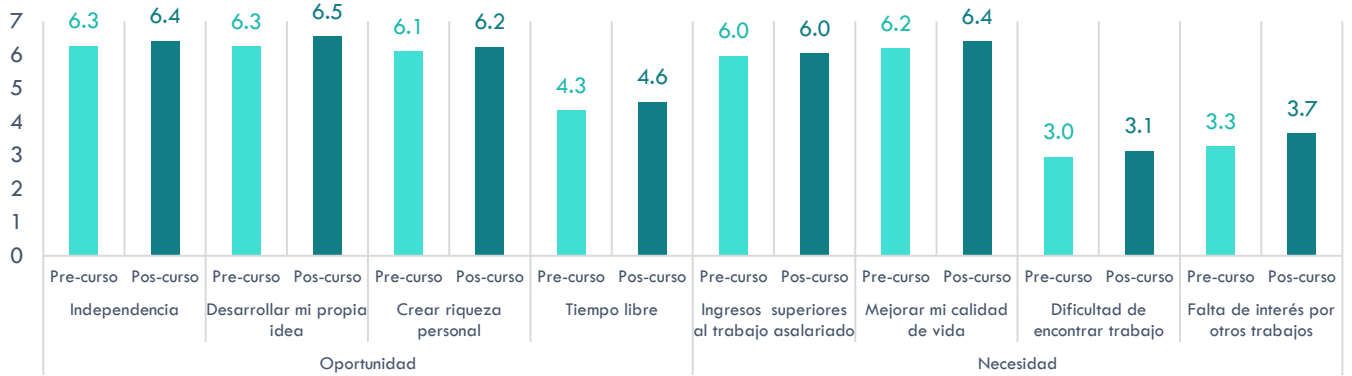
tener este grupo la mayor variación favorable absoluta (7%) (ver Figura 13).



2.4. Motivaciones para emprender

La decisión de crear una empresa puede derivarse de dos escenarios que están condicionados por la motivación del individuo. Así, la creación y puesta en marcha de un emprendimiento surge bien sea por una situación económica desfavorable (o el miedo de caer en ella) o por el descubrimiento de una oportunidad. Respecto a este último tipo de emprendimiento que emerge ante la identificación de necesidades no satisfechas, se destacan el desarrollo de los propios negocios, la independencia y la creación de riqueza personal (ver Figura 14). Entre tanto, en las motivaciones por necesidad destacan el mejoramiento de la calidad de vida y la obtención de ingresos superiores en contraste con el trabajo asalariado. Es de destacar que en términos promedio la educación emprendedora tiene efectos marginales sobre la mayor parte de las motivaciones. Esta situación sugiere que en escenarios de corto a mediano plazo se hace difícil modificar las cogniciones motivacionales para individuos con ingresos económicos estables, como los pertenecientes a la muestra.

Figura 14. Motivaciones para emprender

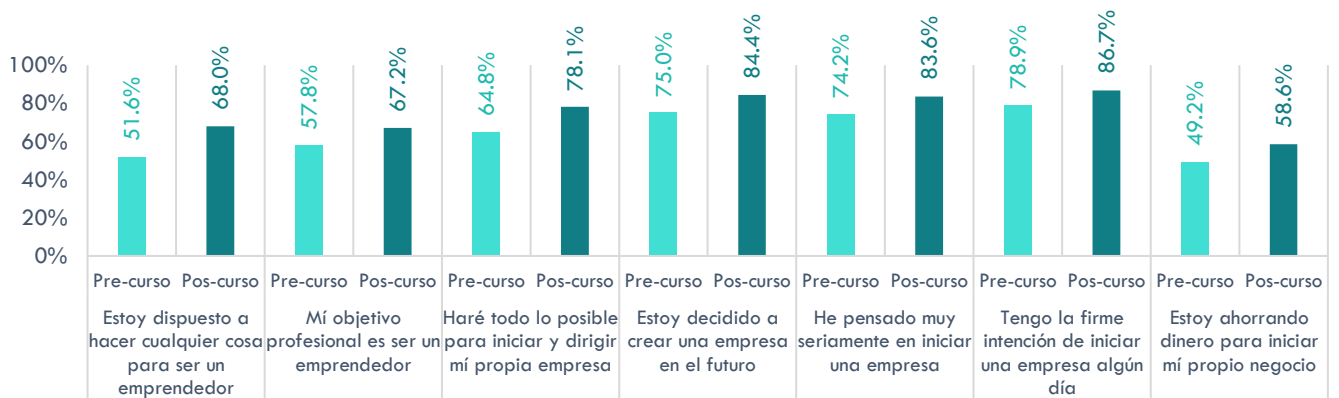


2.5. Intención emprendedora

La intención emprendedora es entendida como el mejor predictor individual del comportamiento emprendedor. Este constructo reúne todos aquellos antecedentes motivacionales o actitudinales que determinan dicho comportamiento. En ese sentido, la presencia de una mayor intención emprendedora incrementa la probabilidad de que se materialice la conducta orientada a la creación de empresas.

Los resultados relacionados con el programa de educación en emprendimiento indican que la convicción de llevar a cabo un emprendimiento y tener éxito en él, es decir, la intención emprendedora, se fortalece notoriamente con el proceso de formación. Esto se debe a que la mayor parte de ítems relacionados con este constructo presentan un crecimiento en la participación de la muestra para su valoración más elevada (5 a 7) una vez finalizado el curso (ver Figura 15).

Figura 15. Intención emprendedora
Respuestas de 5 a 7



2.6. Percepción a emprender después del curso

Las percepciones de los individuos en torno al curso indican que la formación en emprendimiento fue altamente favorable de acuerdo con sus valoraciones. Así, el curso no sólo incrementó las actitudes y habilidades en torno a la actividad emprendedora, sino que además aumentó la comprensión de las acciones necesarias para iniciar un negocio, la capacidad de desarrollar redes, y la capacidad para identificar oportunidades (ver Figura 16).

Finalmente, sobre una submuestra de 117 individuos que respondieron afirmativamente a la pregunta: “¿Recuerdas algún evento o contenido en particular durante el programa de emprendimiento que cambió drásticamente tu "corazón y mente" y te hizo considerar convertirte en emprendedor?” se procedió a identificar el beneficio inspiracional relacionado con el curso. Los hallazgos sugieren que los “desencadenantes” asociados a la formación y que están representados en el profesor, un invitado externo y los compañeros, lograron inspirar a los estudiantes a desarrollar la actividad emprendedora tal y como se evidencia en la Figura 17.

Figura 16. Percepción después del curso
Pos-curso

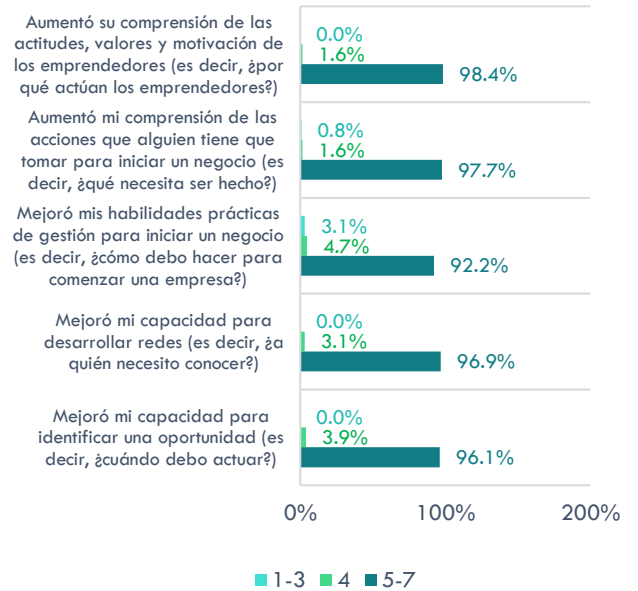
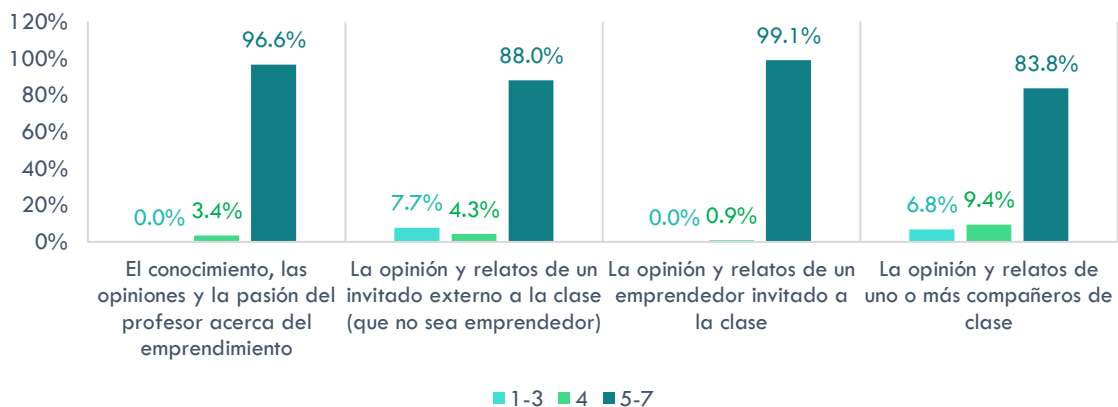


Figura 17. Inspiración del curso
Post-curso



3. Efecto del proceso de formación en emprendimiento: un análisis inferencial

Con el fin de comprender la intención emprendedora a la luz del proceso de formación en emprendimiento, se analizan algunas de las variables más relevantes que la determinan. Para ello, se realiza una exploración inferencial que se corresponde con un análisis de correlación y de regresión. Cada una de las variables se construye a partir de un análisis de componentes principales donde las puntuaciones se obtienen por el método de regresión.

En ese sentido, los resultados de los análisis de correlación presentes en el Cuadro 1 revelan cómo la intención emprendedora está asociada significativa y directamente con todas las variables, con excepción de

Cuadro 1. Correlaciones estimadas

Variable	Fase	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 Intención emprendedora	Pre-curso	1.000											
	Pos-curso	1.000											
2 Asunción al riesgo	Pre-curso	0.477***	1.000										
	Pos-curso	0.604***	1.000										
3 Proactividad	Pre-curso	0.322***	0.406***	1.000									
	Pos-curso	0.394***	0.460***	1.000									
4 Innovación	Pre-curso	0.314***	0.386***	0.418***	1.000								
	Pos-curso	0.530***	0.478***	0.511***	1.000								
5 Pasión	Pre-curso	0.636***	0.525***	0.474***	0.459***	1.000							
	Pos-curso	0.635***	0.636***	0.559***	0.563***	1.000							
6 Perseverancia	Pre-curso	0.353***	0.366***	0.581***	0.357***	0.436***	1.000						
	Pos-curso	0.471***	0.398***	0.585***	0.419***	0.455***	1.000						
7 Estigma al fracaso	Pre-curso	0.029	0.001	0.126	0.013	0.100	0.143	1.000					
	Pos-curso	-0.053	0.008	0.048	0.186**	0.055	-0.016	1.000					
8 Observar	Pre-curso	0.541***	0.469***	0.483***	0.389***	0.482***	0.353***	0.010	1.000				
	Pos-curso	0.500***	0.422***	0.551***	0.506***	0.539***	0.392***	0.040	1.000				
9 Cuestionar	Pre-curso	0.405***	0.415***	0.446***	0.406***	0.329***	0.295***	-0.033	0.737***	1.000			
	Pos-curso	0.383***	0.403***	0.537***	0.443***	0.374***	0.427***	0.014	0.719***	1.000			
10 Experimentar	Pre-curso	0.452***	0.435***	0.477***	0.373***	0.480***	0.347***	-0.059	0.660***	0.789***	1.000		
	Pos-curso	0.406***	0.497***	0.681***	0.570***	0.488***	0.426***	0.089	0.619***	0.703***	1.000		
11 Trabajo en red	Pre-curso	0.408***	0.465***	0.430***	0.304***	0.428***	0.260***	0.043	0.449***	0.460***	0.527***	1.000	
	Pos-curso	0.320***	0.444***	0.507***	0.386***	0.459***	0.380***	0.203**	0.440***	0.468***	0.686***	1.000	
12 Asociar	Pre-curso	0.471***	0.461***	0.426***	0.358***	0.451***	0.254***	-0.046	0.606***	0.689***	0.712***	0.627***	1.000
	Pos-curso	0.383***	0.434***	0.604***	0.444***	0.488***	0.458***	0.101	0.604***	0.629***	0.744***	0.673***	1.000

estigma al fracaso. Específicamente la pasión, asunción al riesgo y la capacidad de observación poseen el mayor grado de relación con la intención. Respecto al vínculo entre las demás variables se observan relaciones significativas y positivas, exceptuando el estigma al fracaso. Como es de esperar, las dimensiones de la orientación emprendedora y el ADN innovador están correlacionadas entre sí, confirmando la construcción teórica que subyace a ambas. Es de destacar que el curso de formación en emprendimiento fortalece la relación que algunas de las variables tienen con la intención emprendedora; este es el caso de la asunción al riesgo, la proactividad, la innovación y la perseverancia.

Por su parte, los resultados de los análisis de regresión presentes en el Cuadro 2 indican que el género y la edad inciden significativamente sobre la intención emprendedora cuando se analizan de forma aislada, donde los coeficientes no varían por el proceso de formación. En cuanto a las variables independientes, sólo la pasión y la capacidad de observación determinan significativamente la intención antes del curso (pre-curso). Una vez los individuos han recibido la formación en emprendimiento (pos-curso) la edad, la asunción al riesgo, la proactividad, la innovación, la pasión, la perseverancia y la capacidad de observación emergen como variables explicativas significativas. Así, la educación emprendedora se transmite a la intención a través de la orientación emprendedora del

Cuadro 2. Regresión estimada 1

Variable	Control		Model	
	Pre-curso	Pos-curso	Pre-curso	Pos-curso
Género	0.504***	0.501***	-0.012	0.092
Edad	-0.046***	-0.036***	-0.010	-0.019*
Asunción al Riesgo			0.101	0.206**
Proactividad			-0.143	-0.194**
Innovación			-0.048	0.212**
Pasión			0.382***	0.302***
Perseverancia			0.081	0.132*
Estigma al Fracaso			-0.024	-0.045
Observar			0.380***	0.200*
Cuestionar			-0.004	-0.063
Experimentar			-0.076	0.040
Trabajo en red			0.088	-0.026
Asociar			0.106	-0.011

R2	0.123	0.087	0.497	0.488
F	9.898***	7.072***	10.672***	10.297***

individuo. Es decir, es a través de esta orientación que el individuo asimila los principales contenidos del curso para luego crear las estructuras cognitivas que le permitan generar una intención emprendedora.

La presencia de elevadas correlaciones significativas entre algunas de las dimensiones del ADN innovador que se observan en el cuadro 1 pueden traer consigo problemas de multicolinealidad en el análisis de regresión. Esta situación incrementa la probabilidad de obtener regresiones espurias cuyos coeficientes no corresponden con la realidad de los datos. En ese sentido, se procede a realizar una reducción factorial en torno a las dimensiones del ADN innovador mediante el análisis de componentes principales y posteriormente se lleva a cabo el análisis de regresión sobre la intención emprendedora.

Los resultados presentes en el Cuadro 3 están alineados con los coeficientes estimados exhibidos en el Cuadro 2. Así, las dimensiones de la orientación emprendedora (con excepción de la perseverancia) tienen un efecto significativo sobre la intención una vez ha finalizado el curso, mientras el ADN innovador -que en principio impactaba directamente la intención- carece de relevancia para determinar esta variable dependiente. Al igual que en el caso anterior, la orientación emprendedora emerge como un constructo que transfiere a la intención emprendedora los efectos de la educación, como no es el caso del ADN innovador.

Cuadro 3. Regresión estimada 2

Variable	Control		Model	
	Pre-curso	Pos-curso	Pre-curso	Pos-curso
Género	0.504***	0.501***	-0.009	0.098
Edad	-0.046***	-0.036***	-0.007	-0.022**
Asunción al Riesgo			0.123	0.189**
Proactividad			-0.139	-0.196**
Innovación			-0.064	0.217**
Pasión			0.404***	0.348***
Perseverancia			0.071	0.117
Estigma al Fracaso			-0.016	-0.059
ADN innovador			0.394***	0.108

R2	0.123	0.087	0.481	0.493
F	9.898***	7.072***	14.079***	14.701***