

El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia

Resultados del Proyecto GUESSS 2021

El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia

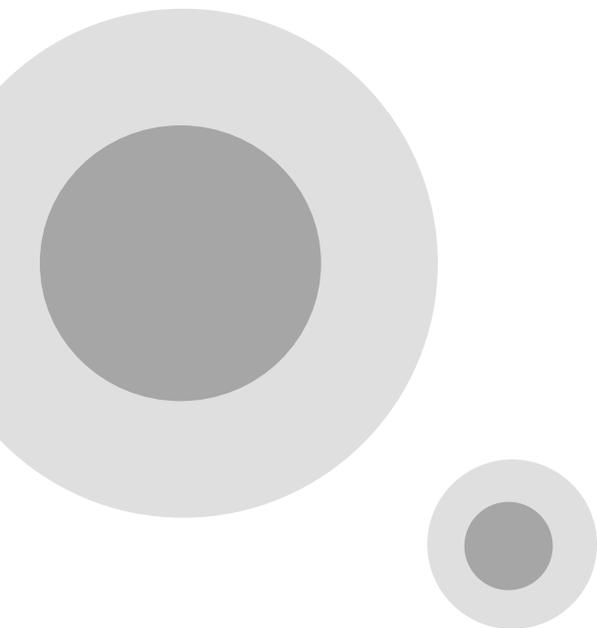
Resultados del Proyecto GUESSS Colombia 2021



**Izaias Martins
Tatiana Lopez
Claudia Alvarez
Juan Pablo Pérez**

**Edgar Julián Gálvez-Albarracín
Carlos Hernán González-Campo
Guillermo Murillo-Vargas**





Primera edición: febrero de 2022

Izaias Martins, Tatiana Lopez, Claudia Alvarez, Juan Pablo Pérez, Edgar Julián Gálvez-Albarracín, Carlos Hernán González-Campo, Guillermo Murillo-Vargas

© Universidad EAFIT

ISSN: 2711-2306

Corrección de estilo y diseño:

Izaias Martins, Claudia Alvarez y Tatiana Lopez

Imagen de carátula:

Robinson Henao

Universidad EAFIT

Carrera 49 No. 7 sur - 50

Tel.: 261 95 00, Medellín

<http://www.eafit.edu.co/>

Prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio o con cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Universidad EAFIT.

Editado en Medellín, Colombia

Contenido

1	Introducción	7
2	Características sociodemográficas de los participantes	11
3	Intenciones de Carrera	13
4	Determinantes de la Intención Emprendedora	18
4.1	Fuerza de la intención emprendedora	18
4.2	El entorno universitario.....	20
4.3	El entorno familiar.....	22
4.4	El entorno social y cultural	24
5	Emprendedores Nacientes.....	25
5.1	Aspectos generales.....	25
5.2	Características de las empresas nacientes.....	27
6	Emprendedores Activos	30
6.1	Aspectos generales.....	30
6.2	Características de las empresas creadas.....	31
7	La Empresa Familiar	35
7.1	Aspectos generales.....	35
7.2	Características de las empresas creadas.....	36
7.3	Características de los sucesores.....	38
8	Emprendimiento Universitario Durante la Pandemia COVID-19	40
9	Orientación Emprendedora a Nivel Individual.....	41
10	Conclusiones.....	44
	Referencias.....	47

Índice de tablas y figuras

Tabla 1 Universidades y representantes del equipo GUESSS Colombia 2021	9
Tabla 2 Evolución de la intención de carrera por área de estudio	16
Figura 1 Modelo conceptual del GUESSS	8
Figura 2 Edad de los estudiantes participantes	11
Figura 3 Género de los estudiantes participantes	11
Figura 4 Nivel de formación de los estudiantes participantes.....	12
Figura 5 Área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes	12
Figura 6 Intención de carrera a nivel nacional.....	13
Figura 7 Resumen de la intención de carrera a nivel nacional	14
Figura 8 Intención de carrera y por género a nivel nacional	15
Figura 9 Intención de carrera - Colombia vs. Internacional.....	15
Figura 10 Intención emprendedora a los cinco años de graduarse por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, Colombia vs. Internacional.....	17
Figura 11 Intención emprendedora a través del tiempo - Colombia vs. Internacional	17
Figura 12 Atributos del índice de intención de emprender, Colombia vs. Internacional.....	18
Figura 13 Fuerza de la intención emprendedora - Colombia vs. Internacional.....	19
Figura 14 Índice de la intención de emprender por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, Colombia vs. Internacional	19
Figura 15 Evaluación promedio del entorno universitario para el emprendimiento, Colombia vs. Internacional	20
Figura 16 Atributos evaluados para estudiar la educación en emprendimiento, Colombia vs. Internacional	21
Figura 17 Percepción de aprendizaje de los programas en emprendimiento, Colombia vs. Internacional	21
Figura 18 Padres trabajando en empresa propia, Colombia vs. Internacional.....	22
Figura 19 Padres emprendedores e intención de carrera por rol, a nivel nacional.....	23
Figura 20 Padres emprendedores e intención de carrera por rol, a nivel internacional	23
Figura 21 Apoyo de los grupos de referencia respecto a la intención emprendedora, Colombia vs. Internacional	24
Figura 22 Emprendedores nacientes y activos, a nivel nacional	25
Figura 23 Emprendedores nacientes, Colombia vs. Internacional	26
Figura 24 Emprendedores nacientes por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, Colombia vs. Internacional.....	26
Figura 25 Actividades llevadas a cabo por los emprendedores nacientes para iniciar una empresa propia, Colombia vs. Internacional	27

Figura 26 Sector económico donde pretende operar el emprendedor naciente, Colombia vs. Internacional	28
Figura 27 Cantidad de cofundadores entre emprendedores nacientes, Colombia vs. Internacional	29
Figura 28 Emprendedores activos, Colombia vs. Internacional.....	30
Figura 29 Emprendedores activos por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, Colombia vs. Internacional.....	31
Figura 30 Año de fundación de las empresas creadas por los emprendedores activos, Colombia vs. Internacional	31
Figura 31 Sector económico donde operan las empresas activas, Colombia vs. Internacional	32
Figura 32 Porcentaje de participación en la propiedad del negocio, Colombia vs. Internacional....	33
Figura 33 Cantidad de cofundadores en los emprendedores activos, Colombia vs. Internacional..	33
Figura 34 Número de empleados trabajando en la empresa a tiempo completo, Colombia vs. Internacional	34
Figura 35 Percepción del desempeño en emprendimientos activos comparados con sus competidores, Colombia vs. Internacional	34
Figura 36 Información general de la empresa familiar, a nivel nacional	35
Figura 37 Número de años de funcionamiento de la empresa familiar - siendo los padres propietarios, Colombia vs. Internacional	36
Figura 38 Sector económico donde operan las empresas familiares, Colombia vs. Internacional ..	37
Figura 39 Número de empleados que trabajan en la empresa familiar, Colombia vs. Internacional	37
Figura 40 Dimensiones del desempeño de la empresa de los padres en comparación con las empresas competidoras, Colombia vs. Internacional	38
Figura 41 Intención de sucesión en la empresa familiar, Colombia vs. Internacional.....	39
Figura 42 Proporción de "emprendedores COVID" activos y nacientes, Colombia vs. Internacional	40
Figura 43 Orientación emprendedora individual por ítem, Colombia vs. Internacional	42
Figura 44 Orientación emprendedora individual área de conocimiento, Colombia vs. Internacional	43

Resumen ejecutivo

Este informe presenta el análisis de la información recolectada mediante el Proyecto GUESSS *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey*. El GUESSS es un proyecto internacional, que inició en el año 2003 y es liderado actualmente por la Universidad de Bern y la Universidad de St. Gallen (Suiza). En esta novena edición, se contó con la participación de 58 países y más de 267.000 respuestas completas.

Cabe resaltar la significativa evolución del proyecto GUESSS en Colombia. En la edición 2013-2014 Colombia participó por primera vez en el proyecto, con un total de 801 respuestas, y una muestra representativa de 3 universidades de la ciudad de Medellín. En el año 2016 se unieron al proyecto 10 IES de cuatro ciudades del país con un total de 3.832 respuestas obtenidas (Alvarez, Martins, & Lopez, 2017). En el año 2018-2019 se contó con la participación de 15.851 respuestas pertenecientes a 33 Instituciones de Educación Superior (IES) y de las ciudades más importantes del país (Martins et al., 2019). A partir de los resultados de dichas ediciones se realizaron informes por universidad, y artículos de investigación (Lopez et al., 2021; Lopez & Alvarez, 2019; Moreno-Gómez et al., 2019) La evolución de Colombia en el Proyecto GUESSS es una muestra del interés por avanzar en la investigación en emprendimiento en el país, y en especial, por aproximarse al fenómeno del emprendimiento universitario.

Los resultados del informe 2021 muestran que los estudiantes de las IES han aumentado sus intenciones de ser emprendedores una vez hayan finalizado sus estudios comparando con años anteriores. La intención emprendedora es uno de los indicadores clave del proyecto GUESSS, el cual se refiere a la fuerza o determinación que tienen los estudiantes universitarios para crear su propia empresa en el futuro. Los resultados obtenidos para Colombia muestran que la fuerza de la intención emprendedora, así como la propensión al riesgo son superiores a las medias de los datos internacionales.

Por otro lado, al analizar el contexto para el emprendimiento a nivel familiar, social y universitario, se observa ambientes favorables, que incentivan a los estudiantes para convertirse en emprendedores. Es decir, cada uno de estos contextos muestran las condiciones necesarias para influir de manera positiva en la decisión de acometer las actividades respectivas para iniciar su propia empresa.

Finalmente, las Instituciones de Educación Superior participantes en el proyecto GUESSS Colombia 2021 invitan a los diferentes actores tanto públicos como privados, que de una u otra forma tengan interés en la temática de emprendimiento, a la académica y a los diferentes organismos de apoyo para los emprendedores, a revisar con detenimiento los resultados registrados en el presente documento, los cuales podrían servir como insumo al momento de diseñar o evaluar políticas y estrategias para promover la creación de empresas por parte de los profesionales en Colombia.

1 Introducción

La actividad emprendedora es uno de los temas que continúa vigente en las agendas, tanto de la academia como del sector gubernamental, por su capacidad para generar bienestar social y económico en las diferentes regiones. Uno de los públicos llamados a responder a este reto y generar nuevas empresas son los estudiantes universitarios, bien sea de pregrado o posgrado. Para ello, las diferentes instituciones universitarias tanto en Colombia como en el mundo vienen implementando diferentes políticas y estrategias para el fomento del emprendimiento, puesto que, desde hace décadas, las nuevas empresas creadas por los estudiantes tienen un impacto económico y social decisivo.

En la misma línea, el valor financiero y no financiero que se crea como resultado de esta actividad emprendedora es de crucial importancia, particularmente en tiempos de crisis global como la actual pandemia del COVID-19. En consecuencia, es más importante que nunca obtener nuevos conocimientos sobre el espíritu empresarial de los estudiantes a nivel mundial.

En este contexto, el Proyecto GUESSS (Encuesta Global de Estudiantes de Espíritu Empresarial Universitario) está dedicado a esta misión desde 2003. El Informe Global 2021 presenta los hallazgos relacionados de la novena ola de recopilación de datos en la historia de GUESSS. Se llevó a cabo a principios de 2021 en 58 países, con más de 267.000 estudiantes que proporcionaron respuestas completas, que son récords históricos para GUESSS.

El Proyecto GUESSS tiene como objetivo estudiar y documentar de manera sistemática la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios alrededor del mundo, a partir de un cuestionario en línea, que se aplica en todas las universidades participantes. El proyecto responde a cuatro objetivos específicos:

- Realizar un monitoreo sistemático de las intenciones y la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios.
- Identificar los determinantes para la actividad emprendedora y la creación de empresas.
- Estudiar los tipos de emprendedores, ya sean estos nacientes, activos o de empresa familiar.
- Observar y evaluar las actividades o acciones realizadas por las universidades en relación con la educación en emprendimiento.

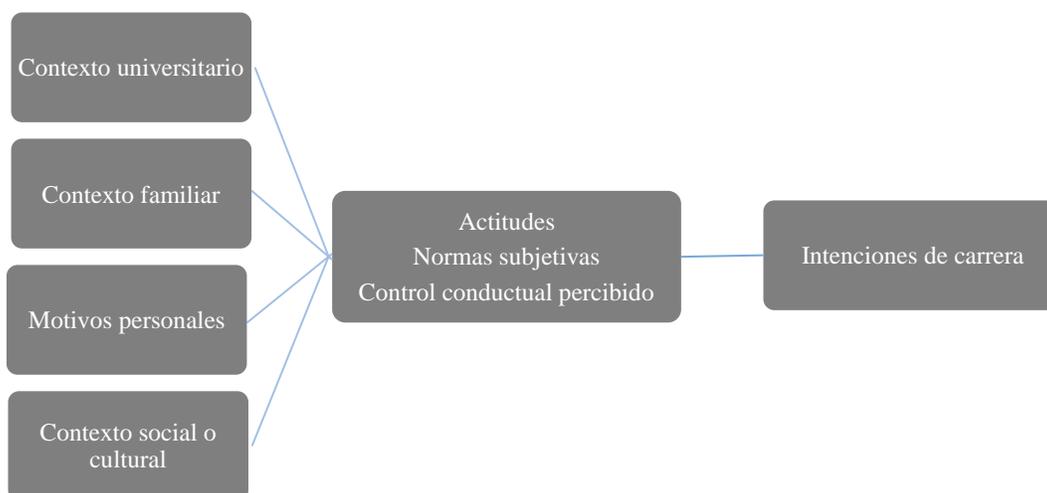
Adicionalmente, el proyecto GUESSS tiene la intención de crear valor a los diferentes entes o partes interesadas:

- A los países participantes, identificando aspectos clave relacionados con las condiciones básicas existentes del entorno, para promover el espíritu emprendedor en la comunidad universitaria.
- A las universidades participantes, les permite evaluar la calidad y cantidad de su oferta educativa, actividades y servicios en temas de emprendimiento.
- A los estudiantes, que pueden beneficiarse de la implementación de acciones de mejora a largo plazo.
- A la academia en general, brindando información de calidad para mejorar la toma de decisiones y los modelos teóricos de investigación.

El proyecto GUESSS se enmarca en los fundamentos de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991, 2002). Según esta teoría, el principal predictor del comportamiento es la intención y sugiere que la intención de exhibir un tipo específico de conducta está influenciada por tres factores: la actitud hacia dicho comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido. La teoría del Comportamiento Planificado no sólo permite predecir el comportamiento, sino que también lo explica a través de las actitudes, habilidades y valores de los individuos.

La Teoría del Comportamiento Planificado es adecuada en fenómenos en los que no es fácil observar el comportamiento, como es el caso del fenómeno emprendedor (Krueger et al., 2000). Así pues, esta teoría ha sido aplicada al campo de la investigación en emprendimiento, dada la necesidad de explicar los determinantes del comportamiento emprendedor y la importancia de la intención para predecir el comportamiento (Ajzen, 2002). No obstante, cada año la encuesta introduce nuevos constructos y mediciones para analizar el fenómeno emprendedor, por ejemplo, en esta versión (2021) se introdujo por primera vez la medición del constructo relacionado con orientación emprendedora (Bolton & Lane, 2012), dicha adición a la encuesta se dio gracias a la red del equipo GUESSS de las distintas universidades de Latinoamérica. En resumen, la Figura 1 presenta el modelo conceptual que guía el proyecto GUESSS.

Figura 1 Modelo conceptual del GUESSS



Fuente: Sieger, Fueglistaller, & Zellweger (2014)

En relación con la metodología, en la actualidad el proyecto GUESSS es organizado y administrado a nivel internacional a través de la cooperación de la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Bern (Suiza). El equipo de trabajo de estas universidades envía un cuestionario digital (en línea) a cada representante del equipo coordinador de los diferentes países participantes, quienes a su vez se encargan de la aplicación en la institución inscrita y de coordinar el trabajo de recolección de información en las demás universidades participantes.

El GUESSS Colombia recogió una muestra de 12.401 estudiantes, de 21 Instituciones de Educación Superior (IES) de las ciudades más importantes del país. La Tabla 1 muestra las IES participantes y sus respectivos equipos.

Tabla 1 Universidades y representantes del equipo GUESSS Colombia 2021

Ciudad	Institución	Representantes	Contacto
Barranquilla	Universidad de la Costa	Jorge Moreno Gómez	jmoreno@cuc.edu.co
		Ricardo Peña Ruiz	rpena14@cuc.edu.co
Bogotá	Universidad EAN	Jairo Orozco Triana	jaorozco@universidadean.edu.co
		León Darío Parra Bernal	ldparra@universidadean.edu.co
		Mauricio Reyes Giraldo	dmreyes@universidadean.edu.co,
Cali	Universidad del Valle	Edgar Julián Gálvez-Albarracín	edgar.galvez@correounivalle.edu.co
		Carlos Hernán González-Campo	carlosh.gonzalez@correounivalle.edu.co
		Guillermo Murillo-Vargas	guillermo.murillo@correounivalle.edu.co
	Universidad ICESI	Ana Carolina Martínez Romero	acmarti@icesi.edu.co
		Jhon Alexander Moreno	jamoreno@icesi.edu.co
	Universidad Pontificia Javeriana Cali	Fernando Pereira	fpereira@javerianacali.edu.co
		Fabian Osorio	fosorio@javerianacali.edu.co
	I.U. Escuela Nacional Del Deporte	Luis Enrique David Tenorio	luis.david@endeporte.edu.co
		Natali Cruz	natali.cruz@endeporte.edu.co
Cartagena	Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco	Pedro José Jiménez	pjimenez@tecnologicomfenalco.edu.co
		Osvaldo Blanquicett Lozano	oblanquicett@tecnologicomfenalco.edu.co
Manizales	Universidad Autónoma de Manizales	Ángela María Gil Duque	angelam@autonoma.edu.co
		Viviana Molina Osorio	vmolinao@autonoma.edu.co
		Jairo Giraldo Hoyos	Jairo.giraldo@autonoma.edu.co
	Universidad Católica de Manizales	Lina Marcela Flórez Loaiza	lmflorez@ucm.edu.co
		Andrés Fernando Botero Cardona	afbotoero@ucm.edu.co
	Universidad de Manizales	Lina María Arbeláez	emprendimiento@umanizales.edu.co
		Carlos Andrés Osorio Toro	cosoriot@umanizales.edu.co
		Rafael Gómez	rafaelgomezg20@hotmail.com

Ciudad	Institución	Representantes	Contacto
Medellín	Institución Universitaria Escolme	Angela Gabriela Villegas Agudelo	empredimiento@escolme.edu.co
		Cristina Ocampo Osorio	cies4@escolme.edu.co
	Instituto Tecnológico Metropolitano	Jhoany Alejandro Valencia Arias	jhoanyvalencia@itm.edu.co
		Diana María Arango Botero	dianaarangob@itm.edu.co
	Universidad de Antioquia	Silvia T. Morales Gualdrón	silvia.morales@udea.edu.co
	Universidad de Medellín	Claudia Alvarez	cpalvarez@udem.edu.co
		Alexander Tabares	atabares@udem.edu.co
	Universidad EAFIT	Izaias Martins	imartins@eafit.edu.co
		Tatiana López	tlopezo@eafit.edu.co
Juan Pablo Pérez		jperez9@eafit.edu.co	
Pasto	Universidad de Nariño	Marco Antonio Burgos Florez	marcoantonioburgos@gmail.com
Pereira	Fundación Universitaria Comfamiliar	Juan Pablo Jaramillo Duque	jjaramillo@uc.edu.co
	Universidad Católica de Pereira	José Eduardo Navarrete	jose.navarrete@ucp.edu.co
	Universidad Tecnológica de Pereira	Sandra Esperanza Loaiza	seloiza@utp.edu.co
		Yurany Calvo Trejos	ycalvo@utp.edu.co
		Alexandra Catalina Orozco	katalina@utp.edu.co
Quindío	Universidad del Quindío	Andrea Gómez Escudero	agomez@uniquindio.edu.co
		Alejandro Gutiérrez Castaño	asesor1.ueden@uniquindio.edu.co
Tunja	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	Fabio Raul Blanco Mesa	fabio.blanco01@uptc.edu.co
		Jorge Romero Muñoz	jorge.romero@uptc.edu.co
		Gladys Yaneth Mariño	gladys.marino01@uptc.edu.co

Como se mencionó el Proyecto GUESSS tiene como objetivo estudiar y documentar de manera sistemática la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios en diferentes países. Para dar respuesta a este propósito, teniendo en cuenta los resultados de Colombia y la comparación con la muestra internacional, se estructura el informe de la siguiente forma: posterior a este primer capítulo introductorio, en el segundo capítulo se analizan las características sociodemográficas de los participantes. Tercero, se presentan las intenciones de carrera (empleado o emprendedor) de los estudiantes. Cuarto se encuentran los determinantes de la intención emprendedora, seguidos de las características de los emprendedores diferenciándolos por emprendedores nacientes, activos o empresa familiar, que corresponden a los capítulos 5, 6 y 7 respectivamente. En esta edición, además se incluyen dos capítulos nuevos, el octavo, sobre los efectos del COVID-19 en el emprendimiento, y el noveno, con el análisis de la orientación emprendedora de los estudiantes universitarios. El capítulo diez presenta las conclusiones del informe en el que se destacan los resultados y las implicaciones más relevantes.

2 Características sociodemográficas de los participantes

Con respecto a la edad de los estudiantes encuestados, se puede observar en la Figura 2 que tanto a nivel nacional como internacional la mayoría se ubica en el rango de hasta 24 años (72,6% y 76,4% respectivamente), siendo la distribución en este sentido muy parecida. En cuanto al género, la Figura 3 señala que, tanto para Colombia como para el acumulado de países participantes en la investigación, la mayor parte de la muestra corresponde a mujeres (55,4% y 60,5% en cada caso), seguida de los hombres, y luego por personas que se identifican como “otro género”.

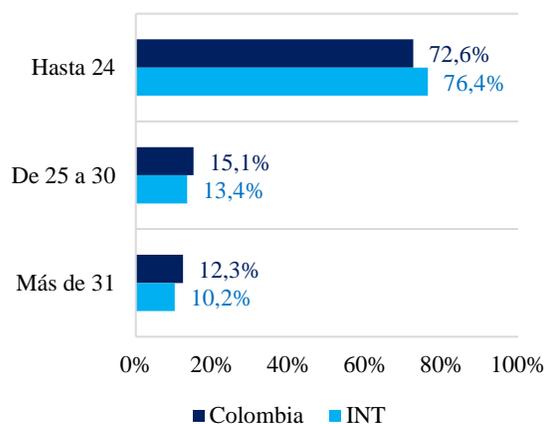


Figura 2 Edad de los estudiantes participantes

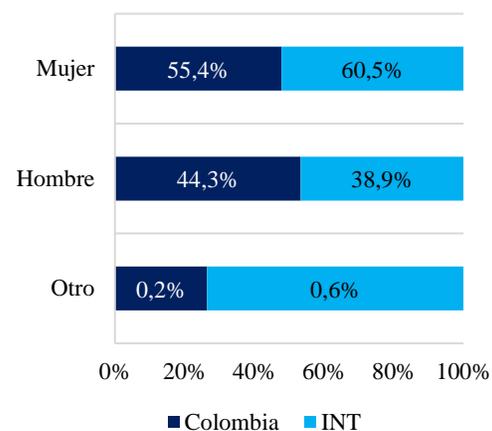


Figura 3 Género de los estudiantes participantes

En la Figura 4 se puede observar que tanto en el ámbito colombiano como internacional el nivel de formación de la mayoría de los estudiantes participantes en la encuesta es de pregrado (79,1% y 79,0% respectivamente). En Colombia fue mayor la participación de los estudiantes de maestría (20,4% frente a 18,1% a nivel internacional), pero es menor en cuanto a los que estudian doctorado, lo cual específicamente para este último caso fue similar en la edición 2018-2019 del informe.

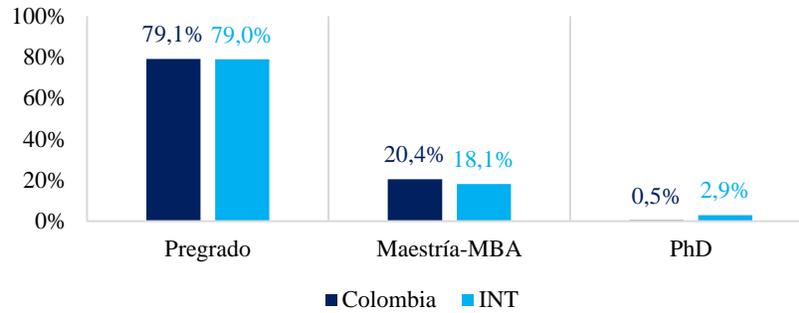


Figura 4 Nivel de formación de los estudiantes participantes

Con respecto a los programas que cursan los estudiantes abordados, puede verse en la Figura 5 que la mayoría tanto en Colombia como a nivel internacional, hacen parte del área de las ciencias administrativas (39,3% y 25,3% en cada uno), seguido para el caso nacional de ingenierías y ciencias exactas (30,4%) y de las áreas de ciencias sociales (26,4%) para el internacional ¹.

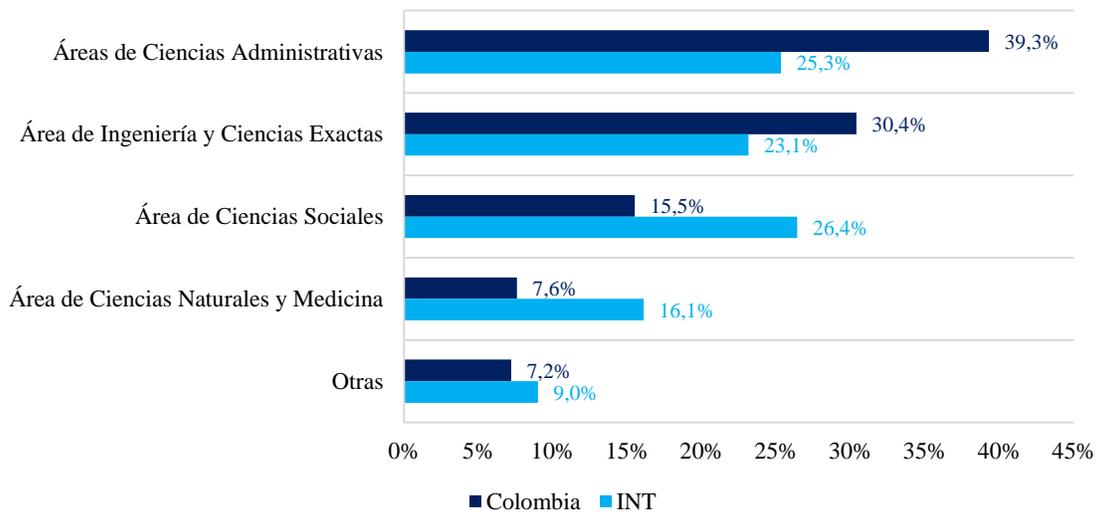


Figura 5 Área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes

¹ “Área de Ciencias Administrativas” agrupa programas en Administración, Economía, Negocios, Contaduría Pública y Derecho; 2) “Área de Ingenierías y Ciencias Exactas” incluye Ingenierías, Matemáticas, Arquitectura, Computación y Tecnologías de la Información; 3) “Área de Ciencias Naturales y Medicina” incluye Ciencias Naturales, Ciencias de la Salud, Medicina, Agricultura, Nutrición; 4) “Área de Ciencias Sociales” considera estudios en Lingüística, Psicología, Filosofía, Religión, Estudios Culturales, Pedagogía, Sociología y Ciencias Políticas; y 5) “Otros” incluye todos los demás campos de estudio no mencionados anteriormente y que participaron en la encuesta.

3 Intenciones de Carrera

Como se mencionó anteriormente, uno de los propósitos del proyecto GUESSS es identificar las intenciones de carrera de los estudiantes universitarios, haciendo énfasis en el interés por crear su propia empresa, en ese sentido, se examinan al momento del grado y cinco (5) años después de éste.

La Figura 6 muestra la intención de carrera de los estudiantes colombianos una vez se gradúen y cinco años más tarde, en función de diez posibles trayectorias profesionales, que van desde ser emprendedores o fundadores de su propia empresa (empresarios), hasta empleados en organizaciones privadas, públicas o sin ánimo de lucro. Se observa que la mayoría de los alumnos (63,0%) una vez reciban su grado quieren convertirse en empleados, sucesores de una empresa establecida, o colaboradores en una organización sin ánimo de lucro, mientras que el 37% aspira a ser empresario. Estas intenciones cambian cinco años después del grado, para cuando el 57% tiene el deseo de ser emprendedor, es decir trabajar en una empresa propia, y el otro 43% preferiría otra de las opciones planteadas. Lo anterior podría confirmar el deseo de los estudiantes por adquirir experiencia profesional y contactos, antes de fundar su propia empresa.

Es de resaltar que en la presente investigación la intención por ser emprendedor una vez se obtenga el grado se duplicó, frente a los resultados del informe nacional 2018-2019, ya que en dicho momento sólo llegaba al 18,3%.

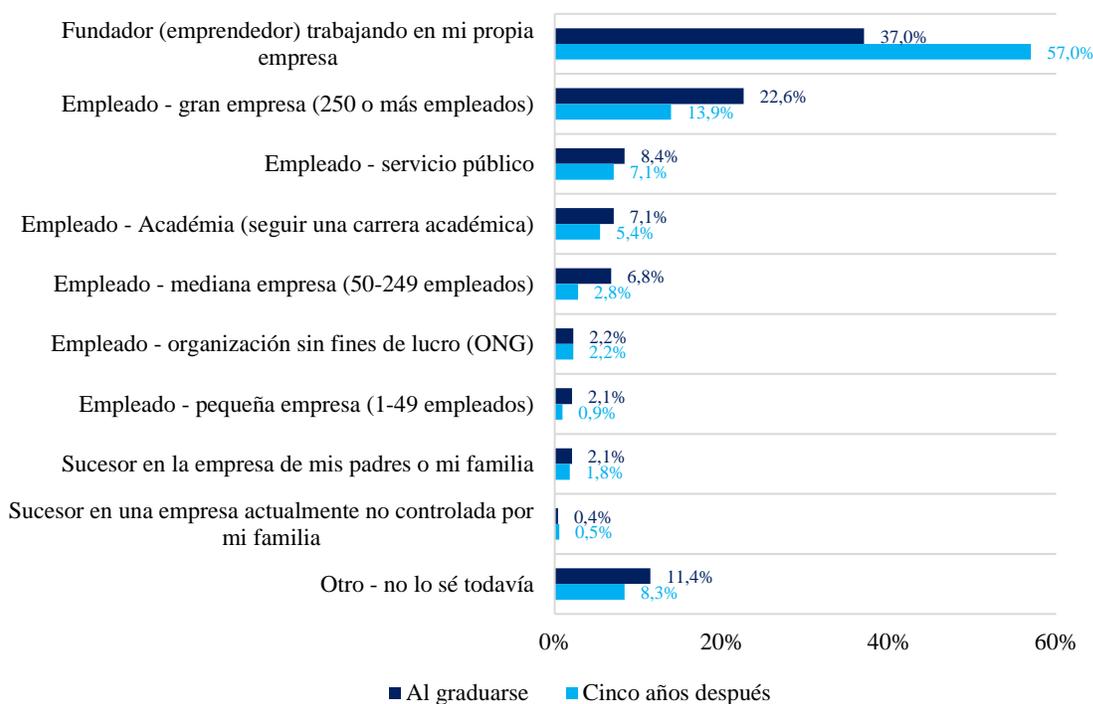


Figura 6 Intención de carrera a nivel nacional

Para facilitar el análisis, las intenciones de carrera descritas anteriormente fueron agrupadas en cuatro, a saber: fundador, empleado, sucesor y otros. Los resultados se observan en la Figura 7, donde puede verse que al graduarse predomina la intención de los estudiantes de trabajar como empleados (49,1%), y a los cinco años después de terminar sus estudios lo hace la intención de fundar su propio negocio (57%). Cabe resaltar que tanto al momento de graduarse, como cinco años después, el porcentaje de encuestados que aspira a convertirse en sucesor se encuentra por debajo del 3%. Por otra parte, es importante señalar que, en esta edición del informe, la intención de ser empleado al momento de graduarse (37%), disminuyó considerablemente frente al periodo 2018-2019 cuando fue del 73%.

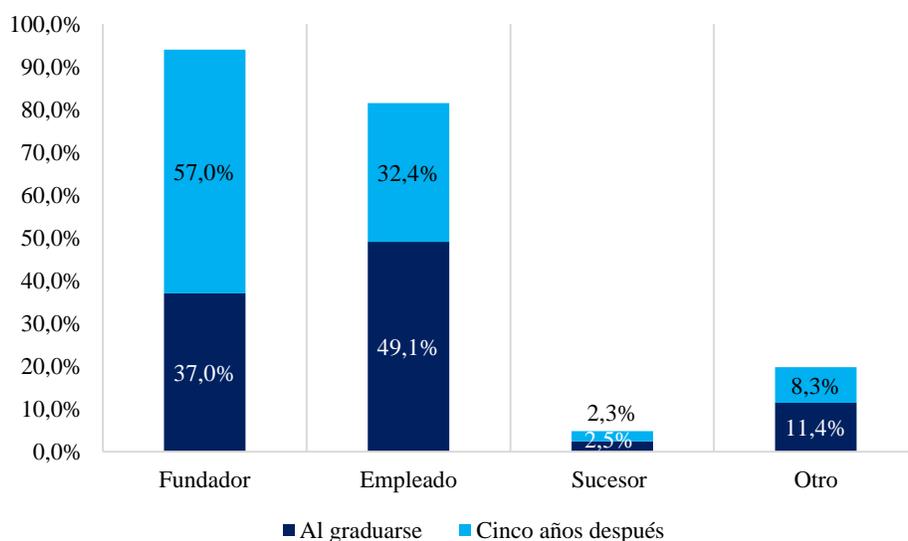


Figura 7 Resumen de la intención de carrera a nivel nacional

A continuación, se realiza el contraste de la intención de carrera por género (ver Figura 8). Puede verse que, al momento del grado el porcentaje de mujeres que están dispuestas a buscar empleo (50,9%) es mayor al porcentaje de hombres que también se inclina por esa opción (46,9%), mientras que el porcentaje de hombres con intención emprendedora (39,9%) es más alto que el porcentaje de mujeres (34,8%). La tendencia se mantiene al observar las intenciones de carrera cinco años después del grado, puede verse que la intención de ser emprendedor se muestra un poco más alta en los hombres (58,1%) frente al 56,2% en las mujeres. En este sentido y frente a los resultados del informe 2018-2019, cabe mencionar que la intención emprendedora al momento del grado aumentó tanto para hombres como para mujeres, y muy especialmente para estas últimas donde el incremento fue de 18,3 puntos porcentuales (al pasar de 16,5% a 34,8%),

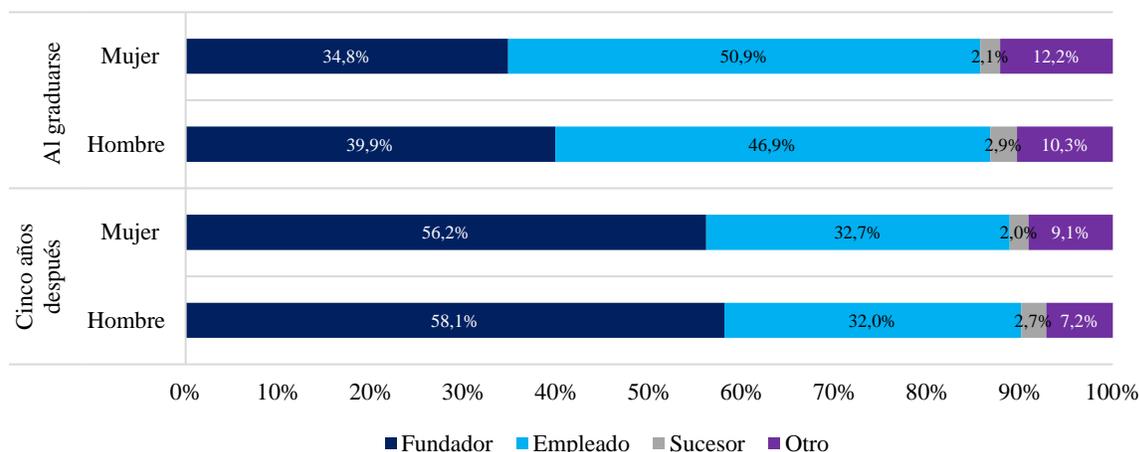


Figura 8 Intención de carrera y por género a nivel nacional

Al comparar las intenciones de carrera a nivel nacional e internacional, la Figura 9, nuevamente evidencia que la principal intención de los estudiantes encuestados al momento de graduarse es la de convertirse en empleados y que cinco años después es fundar su empresa, presentándose en todo caso, algunas diferencias que podrían ser significativas entre la muestra de Colombia y la internacional. Por ejemplo, al momento del grado, en Colombia es superior el porcentaje de estudiantes con intención de emprender, siendo de 37% frente a un 16,9% de los estudiantes internacionales. Cinco años después del grado, el 57% de los estudiantes colombianos quieren fundar su propia empresa, frente a un 31,1% a nivel internacional. Es importante destacar que frente a los resultados para el año 2018-2019 en esta edición del informe la diferencia en la intención emprendedora en favor de Colombia fue aún más alta al momento de graduarse pues pasó de una diferencia de 10 puntos porcentuales a 20,1, aunque un poco menos grande a los 5 años, pues en la versión anterior era de 27,5 puntos porcentuales y se redujo a 25,9, manteniéndose aun así una diferencia considerable.

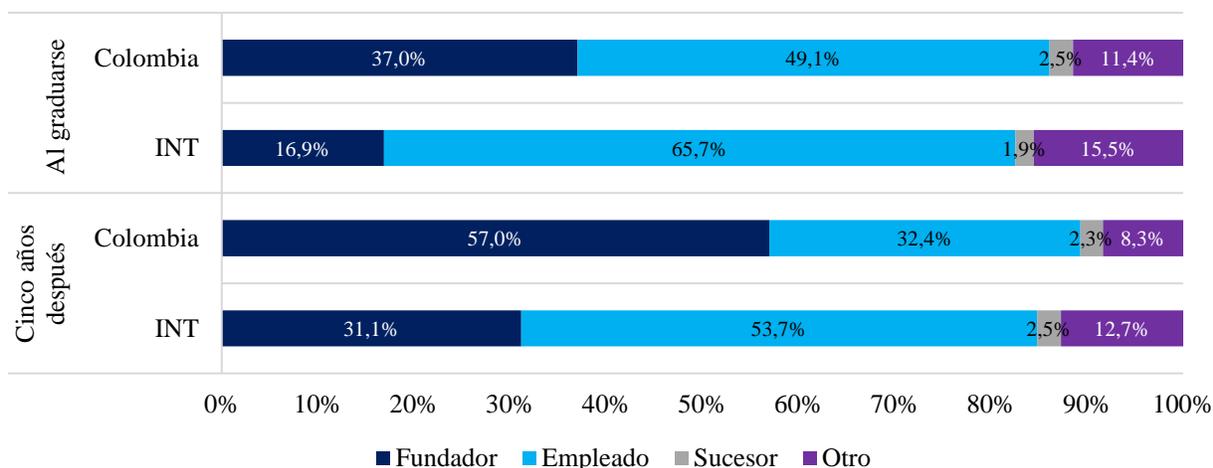


Figura 9 Intención de carrera - Colombia vs. Internacional

Debido a que el área de estudios del alumno puede ser un factor determinante en su intención de crear empresa, la Tabla 2 muestra la evolución de la intención de carrera según ellas, tanto al graduarse como cinco años después. Según se mencionó anteriormente, la mayor intención de carrera al graduarse corresponde a la de ser empleado. Se destaca que los universitarios del área de ciencias administrativas manifiestan la mayor intención de fundar un negocio tanto al momento de terminar los estudios (44,1%), como cinco años después (63,6%) y también son los que tienen una mayor intención de ser sucesores en empresas familiares o no familiares, al graduarse (3,5%) y cinco años después (3,1%). En contraste, los porcentajes más bajos de intención de tener empresa propia se evidencian en el área de las ciencias sociales (28,6% al graduarse y 43,7% cinco años después).

Es muy relevante señalar que en Colombia la intención de fundar una empresa al momento del grado aumentó considerablemente en todas las áreas de conocimiento frente a los hallazgos en el 2018-2019, así para las ciencias administrativas pasó de 23,4% a 44,1%, para ingenierías y ciencias exactas de 15,1% a 32,8%, para ciencias sociales de 13,3% a 28,6%, para ciencias naturales y medicina de 12,2% a 29,6%, y para otras áreas de 20,8% a 42,3%. Así mismo la intención emprendedora para todas las áreas y para el lapso de cinco años después del grado, descendió levemente.

Tabla 2 Evolución de la intención de carrera por área de estudio

Área de estudio	Intención de carrera	Fundador	Empleado	Sucesor	Otro
Ciencias Administrativas	Al graduarse	44.1%	44.1%	3.5%	8.3%
	Cinco años después	63.6%	27.4%	3.1%	5.9%
Ingeniería y Ciencias Exactas	Al graduarse	32.8%	53.3%	2.1%	11.8%
	Cinco años después	57.3%	32.3%	2.2%	8.3%
Ciencias Sociales	Al graduarse	28.6%	55.5%	1.3%	14.6%
	Cinco años después	43.7%	43.3%	1.2%	11.8%
Ciencias Naturales y Medicina	Al graduarse	29.6%	53.7%	0.8%	15.8%
	Cinco años después	47.7%	40.8%	0.6%	10.9%
Otras	Al graduarse	42.3%	39.5%	2.7%	15.5%
	Cinco años después	58.3%	27.7%	2.5%	11.5%

Al considerar la intención emprendedora a nivel nacional e internacional y el área de estudio de los encuestados a los cinco años del grado, se evidencia que en Colombia el porcentaje de dicha intención es mayor en los campos de ciencias administrativas (43,8% frente a 33,6%) e ingenierías y ciencias exactas (30,5% frente a 25%). Esta situación se revierte para las demás áreas donde el porcentaje en el total de países participantes es superior a las cifras nacionales (ver Figura 10). Vale la pena mencionar que la diferencia en puntos porcentuales de la intención emprendedora para el área de ciencias administrativas entre Colombia y el total de países, pasó de 5,95 en las encuestas del 2018-2019 a 10,2 en esta versión.

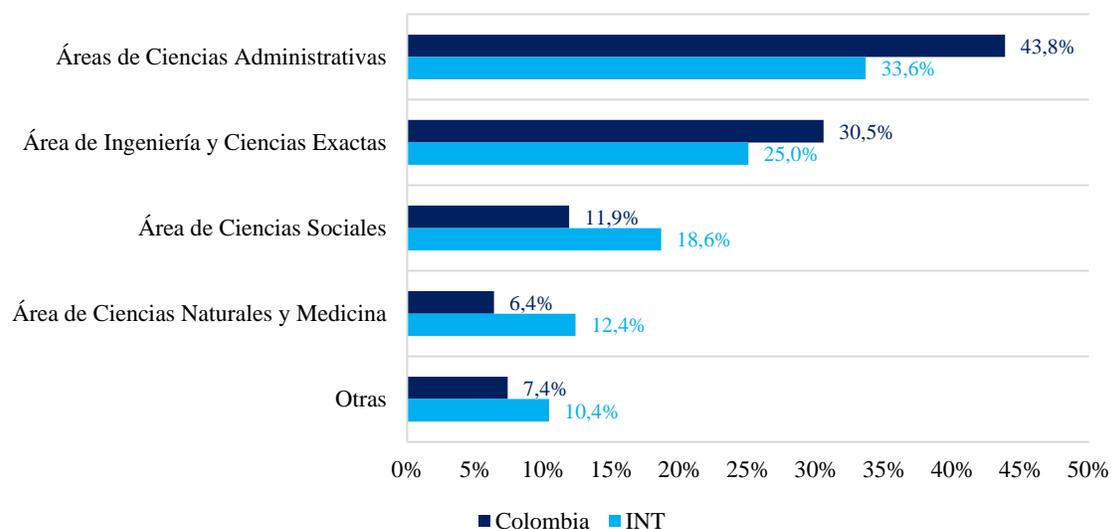


Figura 10 Intención emprendedora a los cinco años de graduarse por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, Colombia vs. Internacional

Al revisar la evolución de la intención emprendedora de los estudiantes, la Figura 11 muestra que al momento del grado la de los colombianos ha ido aumentando (18% en el 2016, 18,3% en el 2018 y 37% en el 2021), mientras que a cinco años ha venido disminuyendo (67% en el 2016, 60,1% en el 2018 y 57% en el 2021). Por su parte a nivel internacional se observa que el compartimiento es en general similar en cuanto a irse incrementando al graduarse y disminuir a los cinco años de ello. Lo anterior muestra una tendencia de los alumnos a emprender más pronto en su trayectoria vital y profesional.

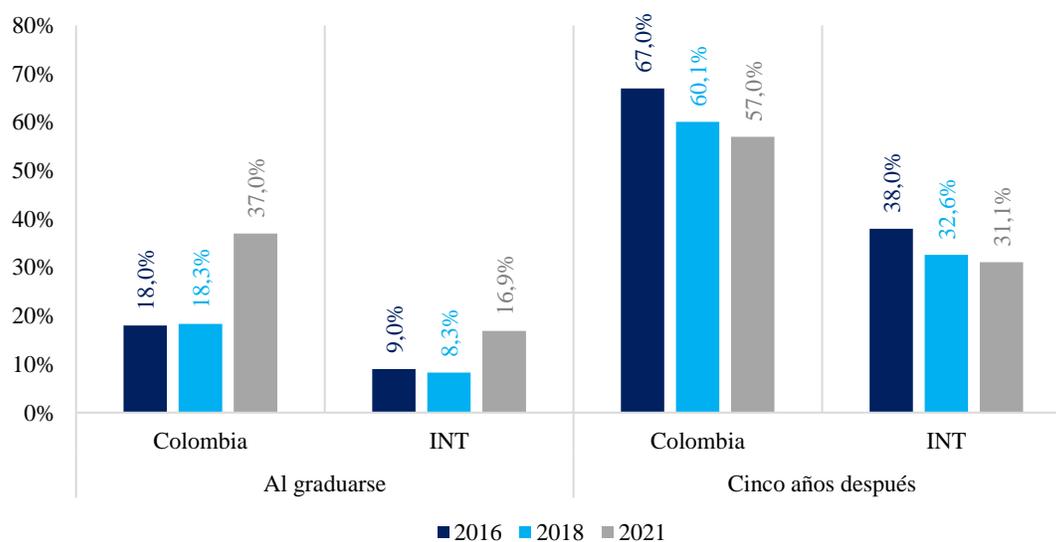


Figura 11 Intención emprendedora a través del tiempo - Colombia vs. Internacional

4 Determinantes de la Intención Emprendedora

Teniendo en cuenta el interés en comprender cuáles son los determinantes de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, en el siguiente capítulo se analizan variables como fuerza de dicha intención, contexto universitario, contexto familiar, motivos personales, y contexto social y cultural.

4.1 Fuerza de la intención emprendedora

La metodología del proyecto GUESSS mide la fuerza de la intención emprendedora a partir de preguntas, donde los estudiantes manifiestan su nivel de acuerdo o desacuerdo con una serie de declaraciones, que tienen como propósito captar su intención de convertirse en empresarios en el futuro (Liñán & Chen, 2009). De esta manera, se genera una medida agregada de intención emprendedora gracias al cálculo de la media de seis preguntas en escala Likert, que va desde 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo).

Al analizar estos seis atributos, se evidencia que los estudiantes colombianos calificaron cada uno de éstos con una puntuación superior a 5, siendo el atributo de “*tengo la firme intención de crear una empresa algún día*” el mejor calificado (con 5,6 puntos). Por su parte, la puntuación del atributo “*haría cualquier cosa para ser emprendedor*” fue la menor (5,1). En cualquier caso, todas las valoraciones a nivel nacional son superiores a las registradas en el plano internacional (ver Figura 12).

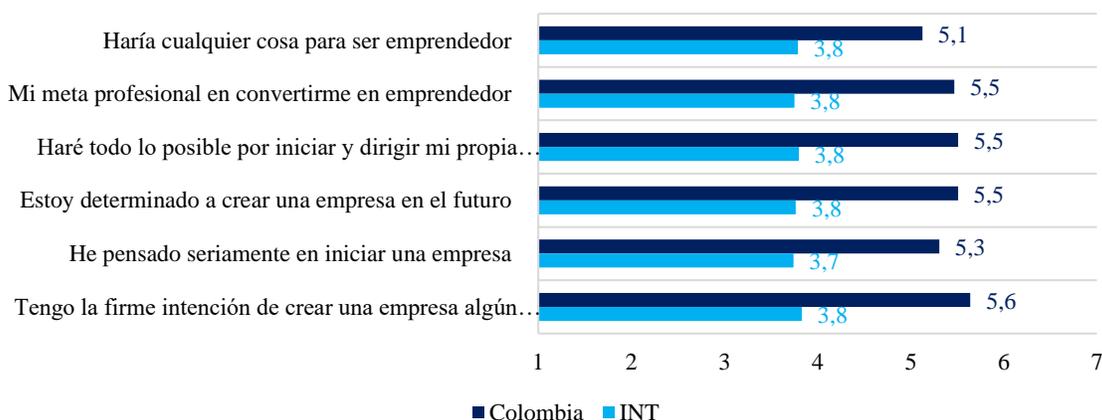


Figura 12 Atributos del índice de intención de emprender, Colombia vs. Internacional

Al considerar la fuerza de la intención emprendedora a nivel agregado (Figura 13), puede verse que este valor en los estudiantes universitarios colombianos es de 5.4, mientras que lo observado a nivel internacional es de 3.8. En este sentido al comparar estos resultados con los de 2018-2019 se encuentra que la fuerza de la intención emprendedora disminuyó pues en dicho periodo se fue de 5.6 para Colombia y de 4.2 para el total de países participantes.

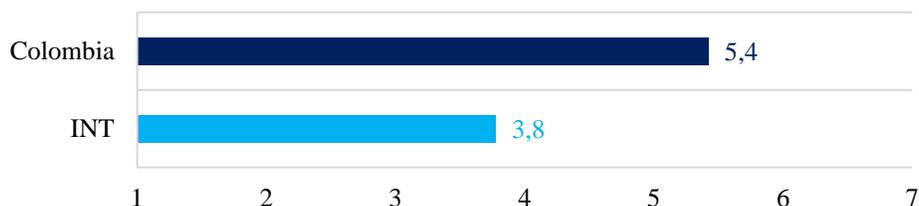


Figura 13 Fuerza de la intención emprendedora - Colombia vs. Internacional

Un análisis por área de estudio confirma los resultados presentados anteriormente, donde los estudiantes de las áreas de ciencias administrativas e ingenierías y ciencias exactas son quienes tienen mayor disposición en convertirse en emprendedores una vez finalicen sus estudios y cinco años después de ello. Estas dos áreas y la categoría de “otros” exhiben los índices de intención de emprender más elevados en Colombia, todos por encima de 5,3 (valor promedio). Cabe destacar que las áreas de ciencias sociales y ciencias naturales y medicina muestran índices por debajo de la media nacional, 5 y 5,1, respectivamente, pero que en todos los casos son valores superiores a los registrados a nivel internacional donde el promedio fue de sólo 3,7 (Figura 14).

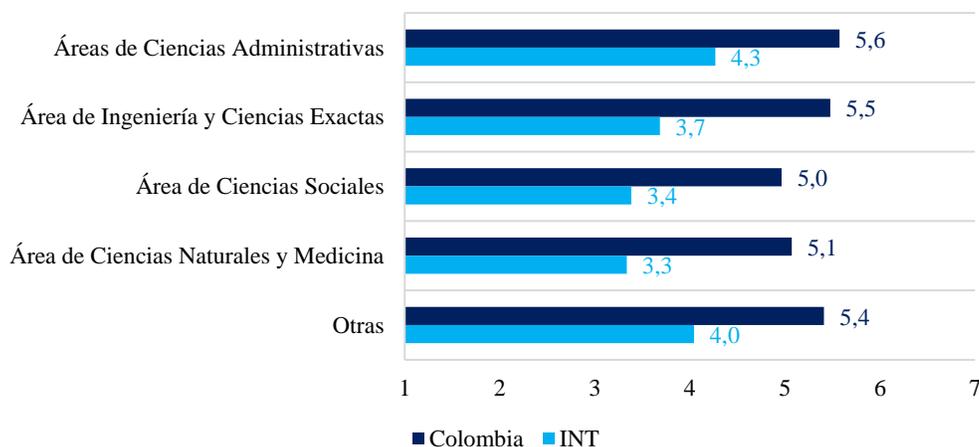


Figura 14 Índice de la intención de emprender por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, Colombia vs. Internacional

4.2 El entorno universitario

En relación con el entorno universitario, la metodología GUESSS realiza su evaluación promediando la calificación obtenida en tres atributos, valorados por los estudiantes en una escala entre 1 (muy en desacuerdo) y 7 (muy de acuerdo), dichos atributos se relacionan y revisan en la Figura 15 comparando los resultados a nivel nacional e internacional.

Puede observarse que el ítem “*En mi Universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras*” fue el mejor calificado, con una puntuación de 5,7 para Colombia y 4,4 para el total de países. Le siguen con iguales calificaciones (5,5 para Colombia y 4,2 a nivel internacional) los atributos de “*En mi Universidad, existe un clima favorable para convertirme en emprendedor*” y “*El entorno de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios*”. Se destaca que en el caso colombiano todos los atributos tuvieron calificaciones superiores a cinco, lo que indica que los estudiantes perciben que las universidades que participaron en el GUESSS nacional cuentan con un entorno moderadamente adecuado para facilitar las actividades de creación de empresas. Es importante observar que para todas las variables observadas la percepción de clima para el emprendimiento es mejor en las universidades colombianas, así mismo indicar el promedio general para el país mejoró al pasar de 5,6 frente al 5,3 del periodo 2018-2019, y a nivel internacional desmejoró un poco al pasar a 4,3 frente al 4,4 del periodo anterior).

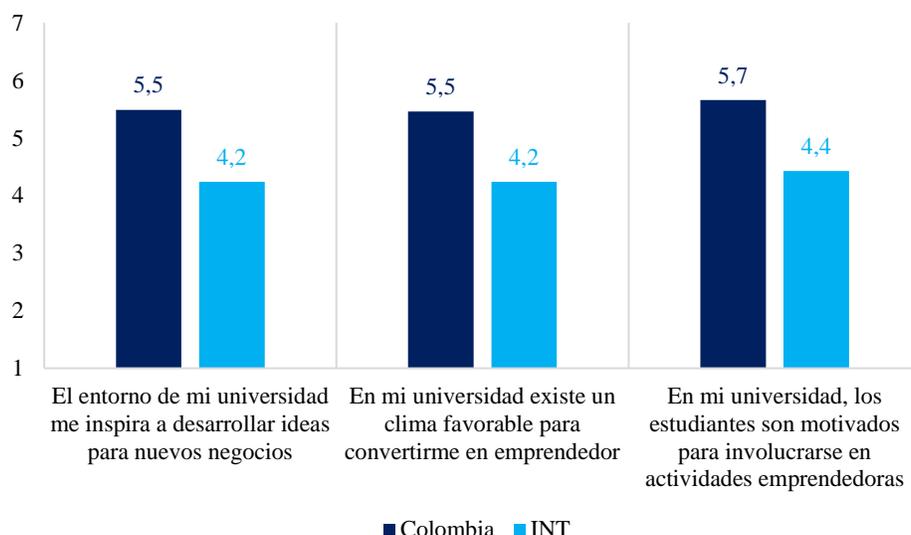


Figura 15 Evaluación promedio del entorno universitario para el emprendimiento, Colombia vs. Internacional

Al preguntarles a los estudiantes colombianos sobre las asignaturas relacionadas con el emprendimiento que han cursado, se evidencia que el 28,6% de los encuestados afirman que han asistido al menos a un curso optativo, cifra superior a la revelada a nivel internacional (21,3%). Por otro lado, el 26,3% de los estudiantes colombianos aseguraron que hasta el momento no habían cursado ni una sola materia en la temática, porcentaje que se eleva hasta el 45,3% en los estudiantes de otros países. Asimismo, es interesante destacar que en Colombia más del doble, en comparación con la muestra internacional, de los estudiantes han afirmado escoger su universidad por su reputación en emprendimiento (19,2% frente al 11,5%).

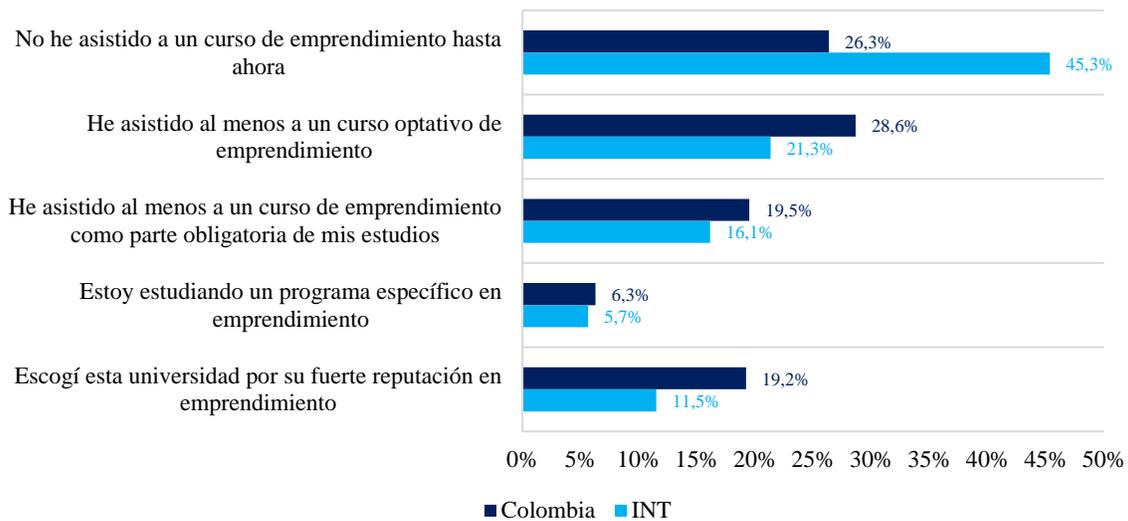


Figura 16 Atributos evaluados para estudiar la educación en emprendimiento, Colombia vs. Internacional

Con el objetivo de entender un poco más la relación entre la educación en emprendimiento y la intención de crear empresas, se les preguntó a los estudiantes sobre cinco atributos vinculados con el aprendizaje obtenido al asistir a cursos enfocados en el tema. La Figura 17 evidencia una evaluación positiva de parte de los estudiantes con respecto a las asignaturas en emprendimiento cursadas en las universidades.

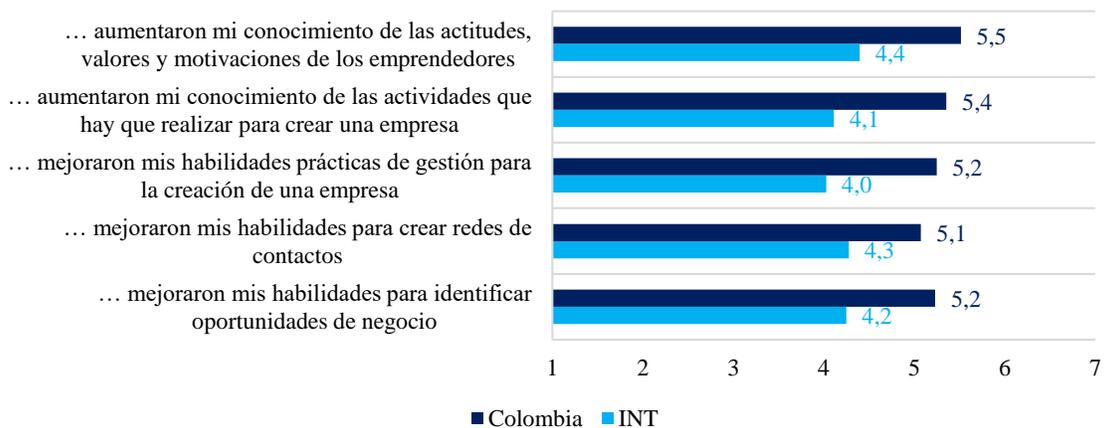


Figura 17 Percepción de aprendizaje de los programas en emprendimiento, Colombia vs. Internacional

Puntualmente manifiestan que los cursos y servicios ofrecidos por la universidad “*aumentaron mi entendimiento de las actitudes, los valores y las motivaciones de los emprendedores*”, con un promedio de 5,5. Mientras que el atributo de “*aumentaron mi habilidad para desarrollar redes de contactos*” fue el peor calificado, con una puntuación de 5,1. De otra parte hay que indicar que para todas las opciones planteadas las valoraciones de los estudiantes colombianos fueron mejores que las

reportadas por los del acumulado de países, así el promedio para Colombia fue de 5,3 (frente a 5,2 en el periodo 2018-2019) y el internacional de 4,2 (frente a 4,3 en la observación anterior), indicando esto que los profesores colombiano están haciendo una buena tarea en sus asignaturas.

4.3 El entorno familiar

La literatura académica sugiere que el entorno familiar es un factor determinante de la intención emprendedora (Aldrich & Cliff, 2003; Laspita, Breugst, Heblich, & Patzelt, 2012).

En la Figura 18 se aprecia que el 54,4% de los encuestados en Colombia afirmó que ambos padres, o al menos uno de ellos trabajaban en una empresa propia, frente a un 40,7% a nivel internacional. En detalle, el 22,4% de los estudiantes colombianos indicaron que ambos padres trabajaban en su propia empresa (frente al 14,5% en el acumulado de naciones). Este hecho resalta que un alto porcentaje de los encuestados en Colombia cuenta con antecedentes familiares empresariales o se desenvuelven en un contexto familiar emprendedor que pueden ser factores que potencializan o coadyuvan en su intención por crear empresa, aunque hay que considerar que dicho porcentaje bajó un poco frente al 56,8% que se encontró para en la encuesta 2018-2019.

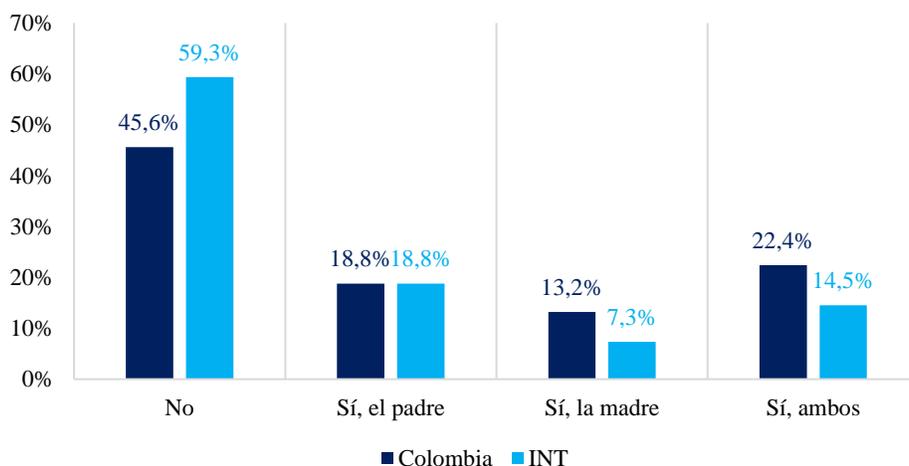


Figura 18 Padres trabajando en empresa propia, Colombia vs. Internacional

Buscando entender mejor el contexto familiar se divide la muestra encuestada en dos partes, la primera de estas está constituida por aquellos estudiantes cuyos padres son empresarios y en la segunda se encuentran aquellos que afirmaron que sus padres no son empresarios. Una vez realizada dicha división, los dos grupos son contrastados contra su intención de carrera al momento de grado y cinco años después de este, los resultados a nivel nacional pueden ser analizados en la Figura 19.

Se puede observar que la intención de tener empresa propia es más alta para los estudiantes con padres emprendedores tanto al momento del grado (39,4% frente a 34,2% en los que no tienen antecedentes familiares), como cinco años después (58,4% con antecedentes empresariales, frente a 55,2% para los que no los tienen). Estos hallazgos están en la misma línea de los encontrados en el informe 2018-2019 y señalan que los antecedentes de emprendimiento en la familia cercana, pueden influir sobre la intención emprendedora de los estudiantes.

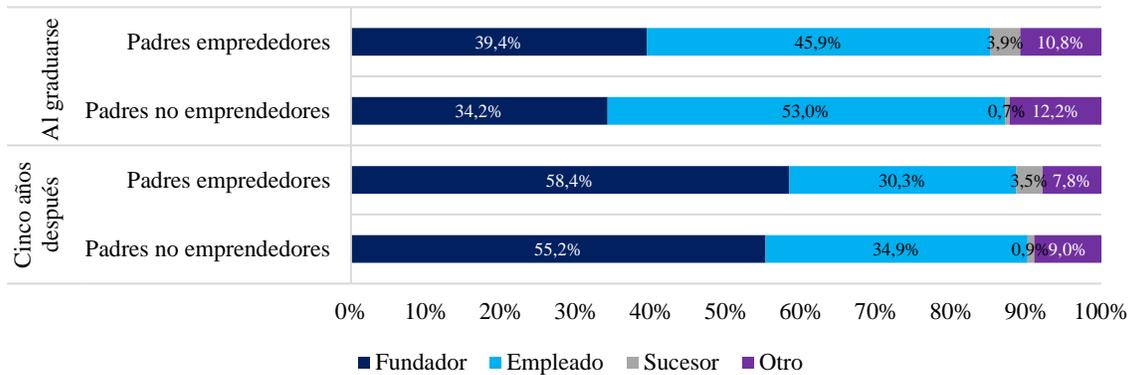


Figura 19 Padres emprendedores e intención de carrera por rol, a nivel nacional

Por su parte, a nivel internacional la Figura 20 indica un comportamiento similar al discutido inmediatamente antes, es decir que el hecho de tener antecedentes de emprendimiento en la familia cercana sugiere implicaciones positivas en la intención emprendedora de los estudiantes, ya que tanto al momento del grado, como a cinco años de él, la intención de tener una empresa propia es más alta para los alumnos cuyos padres son emprendedores, confirmándose además los hallazgos del informe 2018-2019.

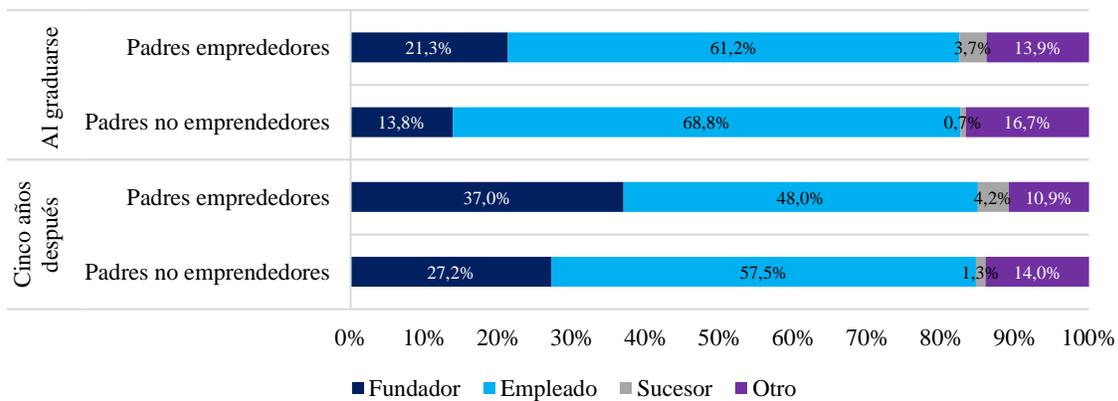


Figura 20 Padres emprendedores e intención de carrera por rol, a nivel internacional

4.4 El entorno social y cultural

Otro determinante de la intención emprendedora es el contexto social y cultural. Para analizarlo, se les preguntó a los estudiantes sobre las reacciones que tendría su entorno social (familia más cercana, amigos y compañeros de estudio) con respecto a sus planes de crear empresa. Cada grupo de interés debía ser calificado en una escala entre 1 (muy negativa) y 7 (muy positiva).

Los resultados de la Figura 21 permiten ver que los estudiantes colombianos consideran que su entorno social reaccionaría favorablemente a su intención de crear una empresa, toda vez que cada uno de los grupos analizados obtuvo una calificación superior a cinco (5). Específicamente, los encuestados consideran que es su familia más cercana quien más apoyaría su intención de convertirse en empresarios (con una puntuación de 6,3). De igual forma, la opinión de los amigos y los compañeros de estudio sería muy favorable al emprendimiento como una opción de carrera (6,1 y 5,8 respectivamente). Al revisar estos resultados frente a los de la investigación anterior, se encuentra que las percepciones fueron un poco mejores, ya que el apoyo de la familia cercana era de 6,2 y el de los amigos de 5,9, por su parte el de los compañeros mostraba el mismo puntaje (5,8).

A nivel internacional, se puede apreciar también apoyo a la intención emprendedora de los estudiantes, en un orden de positividad similar al de Colombia, pero con niveles un poco más bajos que los nacionales.

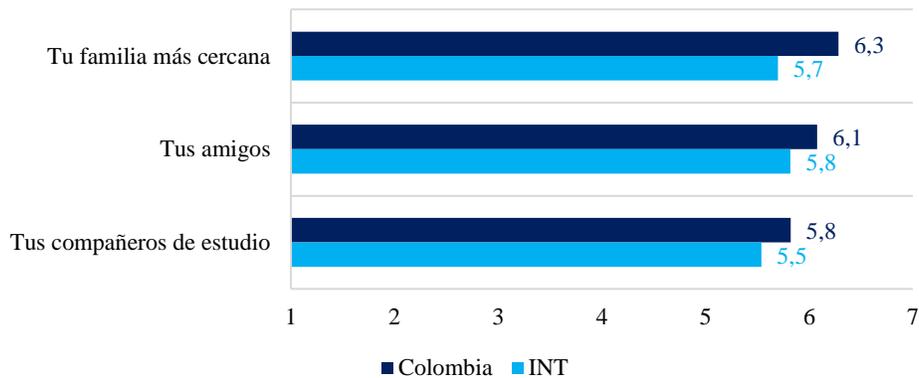


Figura 21 Apoyo de los grupos de referencia respecto a la intención emprendedora, Colombia vs. Internacional

5 Emprendedores Nacientes

Además de la intención emprendedora, el proyecto GUESSS tiene por objetivo monitorear las actividades de creación de empresa que han realizado o están realizando los estudiantes universitarios. En este sentido, este capítulo se centra en aquellos estudiantes que están desarrollando alguna actividad para crear su propia empresa y busca describir tanto las características personales de dichos estudiantes como la de sus empresas, estos serán denominados emprendedores nacientes. Más adelante en el informe, se hará referencia a los emprendedores activos, que son aquellos que tienen una empresa en funcionamiento de la cual reciben beneficios.

5.1 Aspectos generales

Para identificar en qué etapa del proceso de creación de empresas² se encuentran los estudiantes, en el GUESSS se les pregunta a estos si en los próximos meses tienen pensado poner en marcha su propia empresa o si ya ha sido creada. De acuerdo con su respuesta se despliega el grupo de preguntas diseñadas para cada segmento.

De acuerdo con la Figura 22, el 50,1% de los estudiantes encuestados afirmaron que al momento de diligenciar el cuestionario estaban realizando alguna actividad que les permitiera iniciar su propio negocio, mientras que el 30,9% % afirmó que se encontraba dirigiendo ya su propia empresa. En comparación con lo registrado en el año 2018, el porcentaje de emprendedores nacientes aumentó (pues en dicho momento estaba en el 43%) y el de emprendedores activos disminuyó (ya que se encontraba en el 41%).

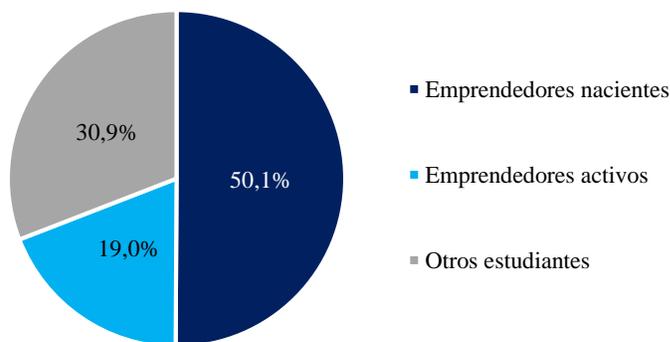


Figura 22 Emprendedores nacientes y activos, a nivel nacional

² De acuerdo con la metodología del Proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* GEM

Al revisar el porcentaje de emprendedores nacientes registrados a nivel nacional e internacional, la Figura 23 refleja que Colombia presenta un porcentaje más alto de estudiantes que están intentando crear su propia empresa (50,1%), superando el internacional, que llegó 27,3%. Es importante mencionar que frente a los resultados del estudio para el periodo 2018-2019 el porcentaje nacional se incrementó ya que estaba en 42,8%, mientras que el internacional se redujo (se mostraba en 29,7%).

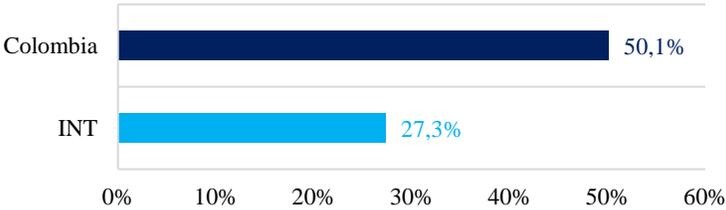


Figura 23 Emprendedores nacientes, Colombia vs. Internacional

Por otra parte, los resultados de la Figura 24 muestran que el mayor porcentaje de emprendedores nacientes (aquellos que están realizando actividades para iniciar un negocio propio) están cursando programas en áreas de ciencias administrativas (41,3%, frente a un 31,4% encontrado en la investigación del 2018-2019), e ingenierías y ciencias exactas (38,3% frente a un 24,0% en la investigación anterior). Es importante subrayar que, en las áreas de ciencias sociales, ciencias naturales y medicina, el porcentaje de emprendedores nacientes es mayor en la muestra internacional, habiéndose encontrado lo mismo en la encuesta 2018-2019.

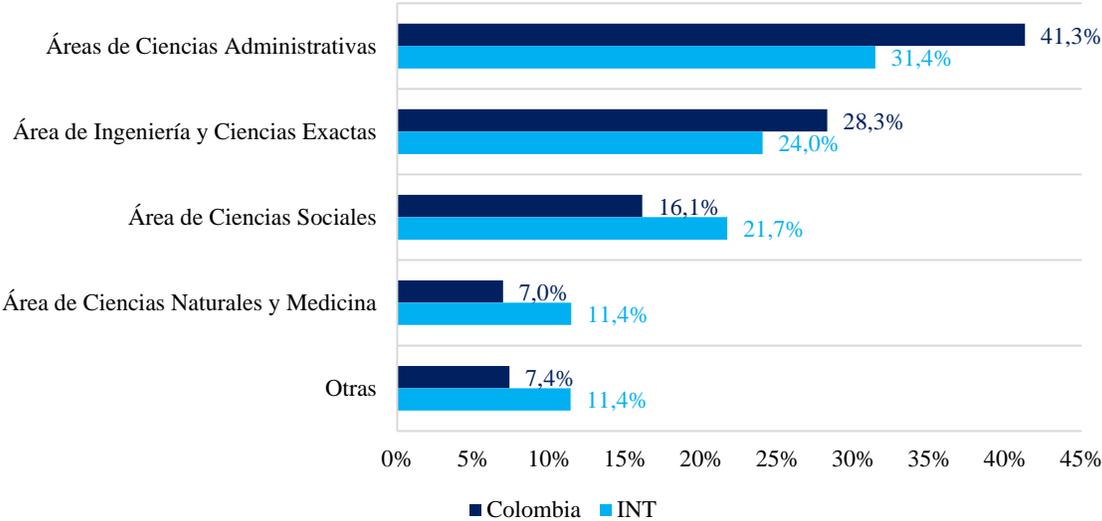


Figura 24 Emprendedores nacientes por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, Colombia vs. Internacional

5.2 Características de las empresas nacientes

Como puede verse en la Figura 25, las principales actividades realizadas por los emprendedores nacientes en Colombia, para dar inicio con su propia empresa son: a) Recopilar información sobre los mercados o competidores (29,9%, frente a un 48,6% encontrado en el informe 2018-2019), b) Escribir un plan de negocio (23,8% frente a un 37,0% en el 2018-2019) y c) Discutir el producto o idea de negocio con clientes potenciales (21,3% versus un 39,0% en el 2018-2019). En la muestra internacional se observa un orden similar al descrito anteriormente, pero los porcentajes son diferentes. Llama la atención la cantidad de encuestados a nivel internacional que mencionan no haber realizado ninguna de las actividades consultadas (17,9%). A nivel nacional este porcentaje es del 12%. Otra actividad que vale la pena subrayar y donde se presenta una diferencia significativa entre ambas muestras es en la de “vender un producto o servicio”, pues el 12,4% de los colombianos ya la ha realizado, frente a un 19,6% de los internacionales.

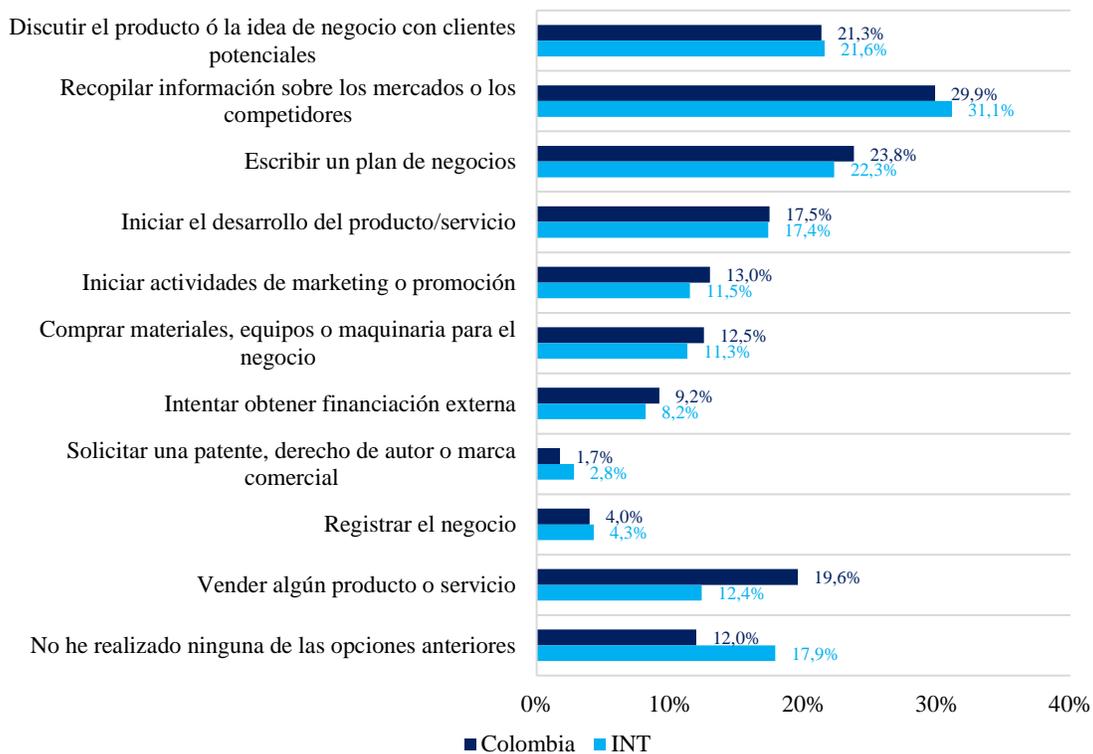


Figura 25 Actividades llevadas a cabo por los emprendedores nacientes para iniciar una empresa propia, Colombia vs. Internacional

En relación con el sector económico donde pretenden operar los emprendedores nacientes (Figura 26), el estudio refleja diferencias entre la muestra nacional e internacional en términos de porcentajes, pero similitudes en el orden de preferencia. En la muestra nacional, el 25,4% de los encuestados mencionaron que la empresa que tienen pensado crear operará en el sector de comercio. A este le siguen los sectores de “publicidad, mercadeo y diseño” y fabricación con porcentajes de 9,6% y 6,4% respectivamente. Respecto a los resultados de 2018-2019, si bien no cambia el principal sector donde pretenden emprender, el porcentaje incrementa en cierta medida ya que era del 18,2% en el anterior

informe. A nivel internacional el sector de preferencia de los emprendedores nacientes también es el de comercio, aunque con un porcentaje más moderado comparado a la muestra colombiana (14.9%) seguido por la rama de “publicidad, mercadeo y diseño” con el 12,5%. Es importante destacar que en la muestra internacional se observa un cambio significativo respecto a los resultados del informe 2018-2019 ya que en la anterior edición el sector de comercio era el tercero en las opciones de los estudiantes.

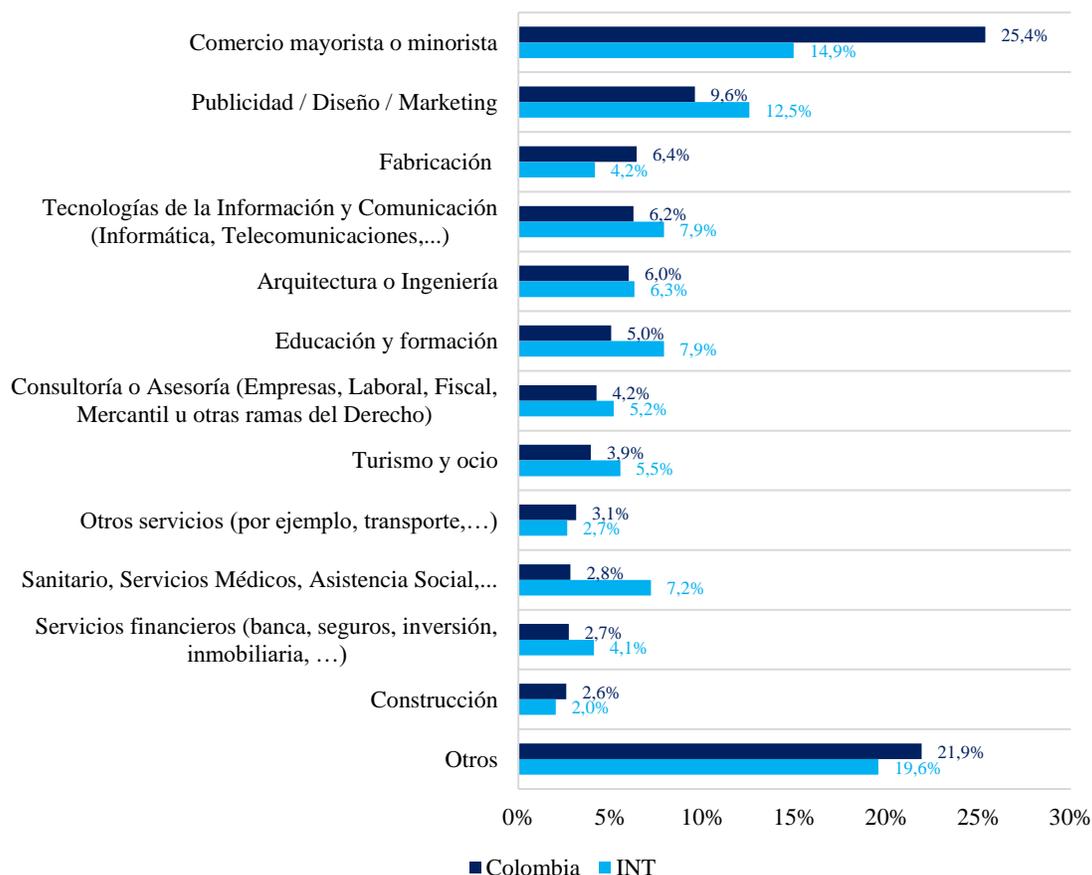


Figura 26 Sector económico donde pretende operar el emprendedor naciente, Colombia vs. Internacional

Con respecto al número de fundadores, en Colombia el 51,2% de los empresarios nacientes muestran preferencia por aliarse con otros para iniciar la empresa (frente a un 75% en la investigación anterior), bien sea con un cofundador o con varios, frente a un 48,8% que espera crear la empresa por su propia cuenta o de manera individual. A nivel internacional el porcentaje de empresarios nacientes que prefieren aliarse con otros es de 46,1% (habiendo sido esta cifra del 68% en el 2018), frente a un 53,9% que espera crear la empresa por su propia cuenta (Figura 27). La preferencia por equipos de 3 o más cofundadores es pequeña, tanto a nivel nacional (6,3%) como internacional (7,3%).

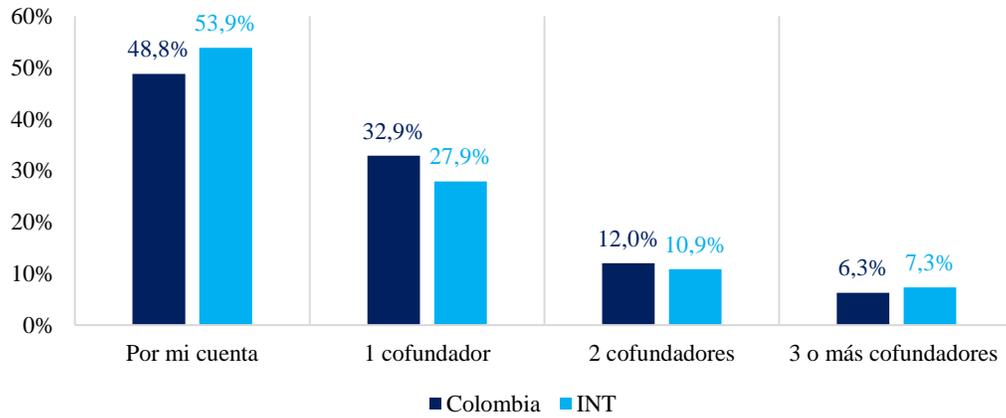


Figura 27 Cantidad de cofundadores entre emprendedores nacientes, Colombia vs. Internacional

6 Emprendedores Activos

Como se mencionó anteriormente el proyecto GUESSS busca monitorear las actividades creación de empresas de dos segmentos de población, emprendedores nacientes y emprendedores activos. En el anterior capítulo se realizó una caracterización de los primeros, mientras que en esta sección se presentarán los resultados de los estudiantes que ya se encuentran administrando su propio negocio, es decir, los emprendedores activos.

6.1 Aspectos generales

Como puede verse en la Figura 28, el 19% de los estudiantes participantes en el GUESSS Colombia afirmaron que, al momento de la encuesta, eran emprendedores activos, es decir que se encontraban dirigiendo su propia empresa. Este porcentaje aumentó en comparación a la cifra registrada en 2018 (15,8%), así mismo es superior a la observada a nivel internacional, que pasó de 10,8% en la versión anterior de la investigación a 10,4% en la presente.

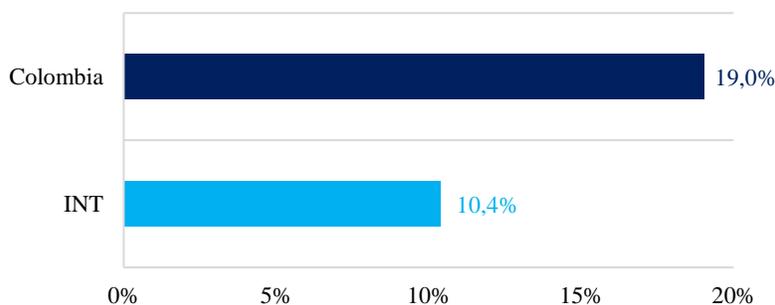


Figura 28 Emprendedores activos, Colombia vs. Internacional

La Figura 29 muestra que, tanto en Colombia como a nivel internacional, el porcentaje más elevado de emprendedores activos provienen de programas en áreas de ciencias administrativas (42,5% y 33,6% respectivamente). En el país la segunda área del conocimiento que agrupa la mayor cantidad de emprendedores activos es la de ingenierías y ciencias exactas (24,9% frente al 30,9% en el 2018), mientras que en los demás países participantes en el proyecto es la de ciencias sociales (23,4% habiendo sido del 27,1% en el 2018).

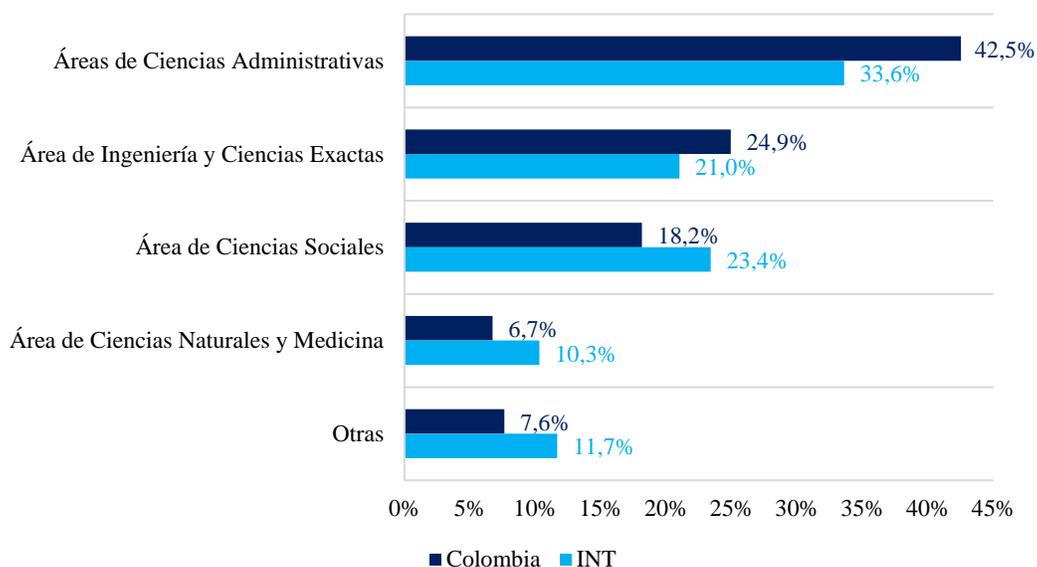


Figura 29 Emprendedores activos por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, Colombia vs. Internacional

6.2 Características de las empresas creadas

Al analizar el año de fundación de las empresas creadas por los estudiantes colombianos (ver Figura 30), se debe resaltar que una muy buena cantidad de ellas fueron creadas en época de pandemia por Covid-19, así un 39,2% en el 2020 y un 17,5% en el 2021, otro porcentaje importante se registra en el 2019 (15,3%). Un comportamiento parecido se observa en el caso del total de países participantes en la investigación, aunque registró un valor inferior que en Colombia en el 2020 (alrededor del 30%).

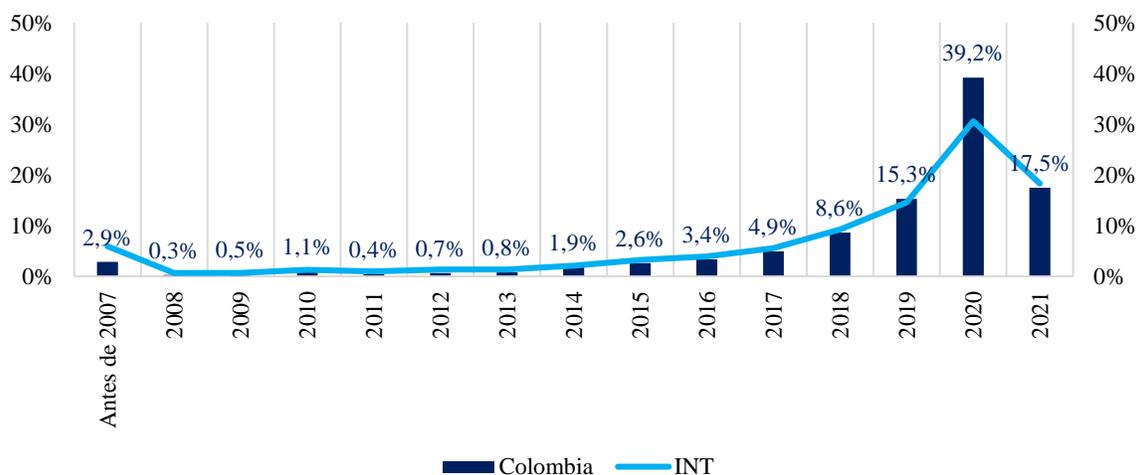


Figura 30 Año de fundación de las empresas creadas por los emprendedores activos, Colombia vs. Internacional

Con respecto a los sectores económicos donde funcionan las empresas activas, se destaca que en Colombia más de una tercera parte de las empresas (34.4%) son de comercio mayorista o minorista, porcentaje significativamente superior a la muestra internacional que es del 21.3%. Otro aspecto por destacar es el bajo porcentaje de empresas activas en el sector de las tecnologías de la información que es sólo del 4% en Colombia; lo que puede ser un indicativo de la baja participación en emprendimientos universitarios de base tecnológica. Por último, cabe destacar que en general, no hay diferencias significativas entre los sectores económicos donde pretenden operar los emprendedores nacientes (presentado en la Figura 26) y los sectores donde operan las empresas ya constituidas (ver Figura 31).

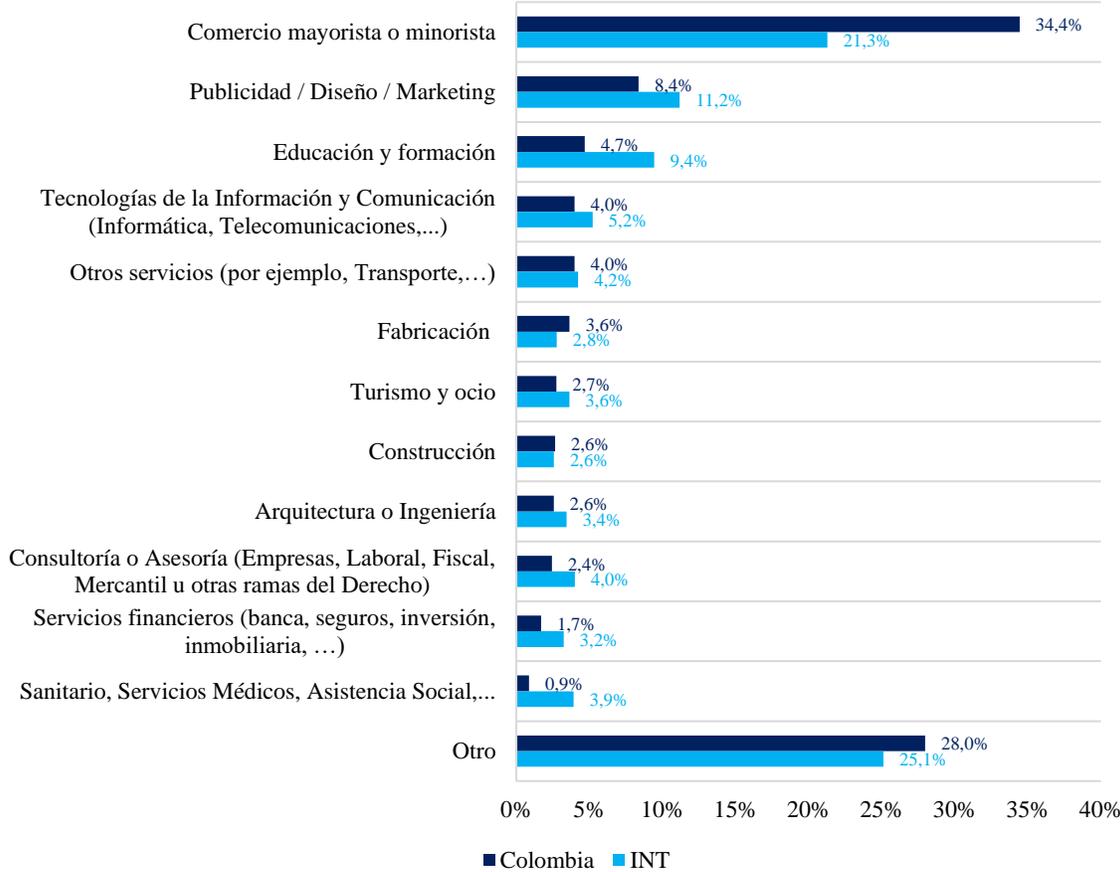


Figura 31 Sector económico donde operan las empresas activas, Colombia vs. Internacional

Adicionalmente a las características de las empresas descritas anteriormente, el proyecto GUESSS también identifica el porcentaje de participación en la propiedad del negocio. En este sentido, se muestra un comportamiento parecido a nivel nacional e internacional, con un alto porcentaje de emprendedores activos que cuentan con entre el 51% y el 100% de la participación en el negocio (54,9% y 57,8%, respectivamente). Mientras que el 45,1% de los emprendedores activos nacionales y el 42,2% a nivel internacional manifestaron tener un porcentaje de financiación externa más alta (ver Figura 32).

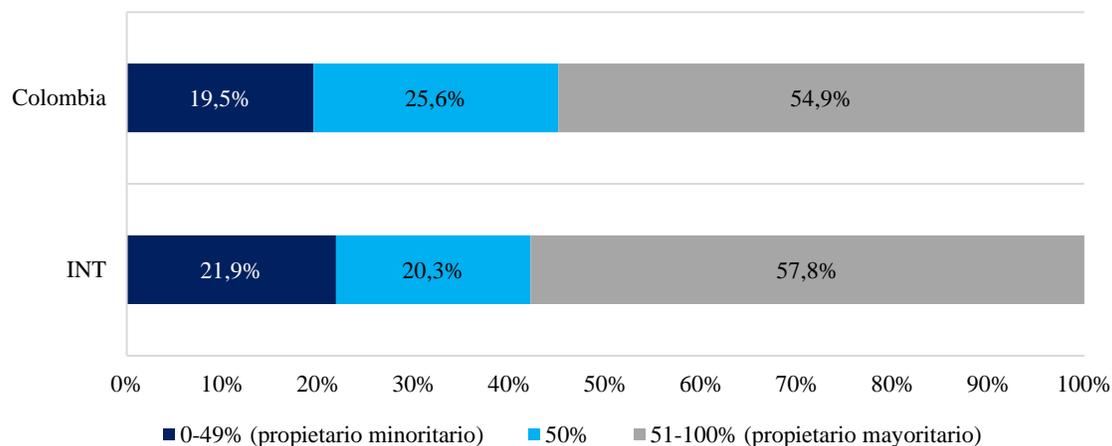


Figura 32 Porcentaje de participación en la propiedad del negocio, Colombia vs. Internacional

Con relación al número de cofundadores, la Figura 33 muestra como el 21,9% de los emprendedores activos en Colombia afirman que no tienen copropietarios (frente al 40,1% en el 2018). La muestra internacional revela que este mismo segmento alcanza un porcentaje de 38,7% (frente a un 34,6% en la versión anterior de la investigación). Llama la atención que para el contexto internacional el porcentaje de emprendedores activos que se asociaron con 1, 2 o 3 copropietarios es menor que en la muestra nacional, pero es mayor para el asocio con más de 3 copropietarios.

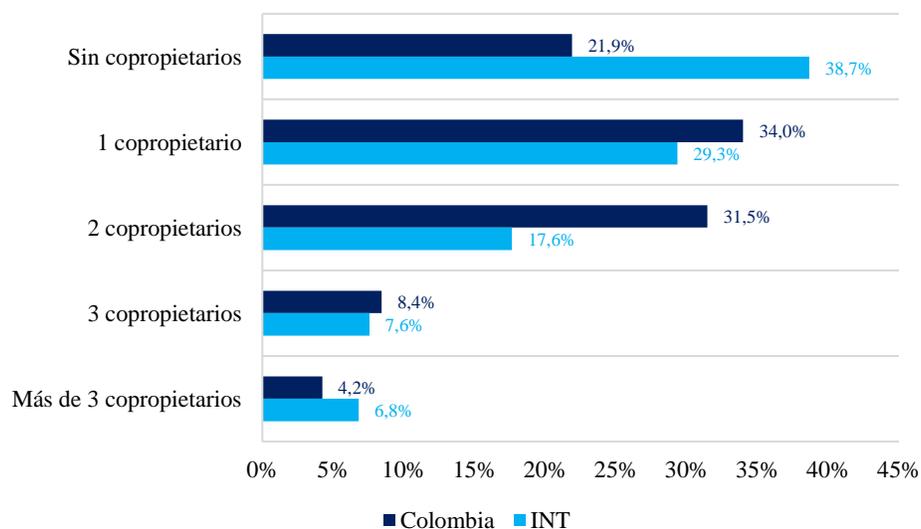


Figura 33 Cantidad de cofundadores en los emprendedores activos, Colombia vs. Internacional

Al preguntarles a los emprendedores activos sobre el número de empleos a tiempo completo que generan con sus empresas, se destaca que en Colombia el 18,6% mencionó que no contaban con ningún trabajador en su empresa, es decir, son emprendimientos unipersonales donde toda la gestión depende únicamente del propietario (frente a un 19,8% en el año 2018); cifra inferior a la registrada en el contexto internacional, la cual se sitúa en 28,5% (ver Figura 34). Por su parte, a nivel nacional

el 35% y el 24,5% de los estudiantes que son propietarios afirmaron que en sus empresas contaban con uno o dos trabajadores a tiempo completo, respectivamente. Cabe resaltar que un 3,3% de los emprendedores internacionales mencionan que en sus empresas cuentan con más de 10 empleados, superando el porcentaje nacional (2,5%); sin embargo, es importante destacar que en el informe 2018-2019 dicho porcentaje había sido mucho más alto (23,2%).

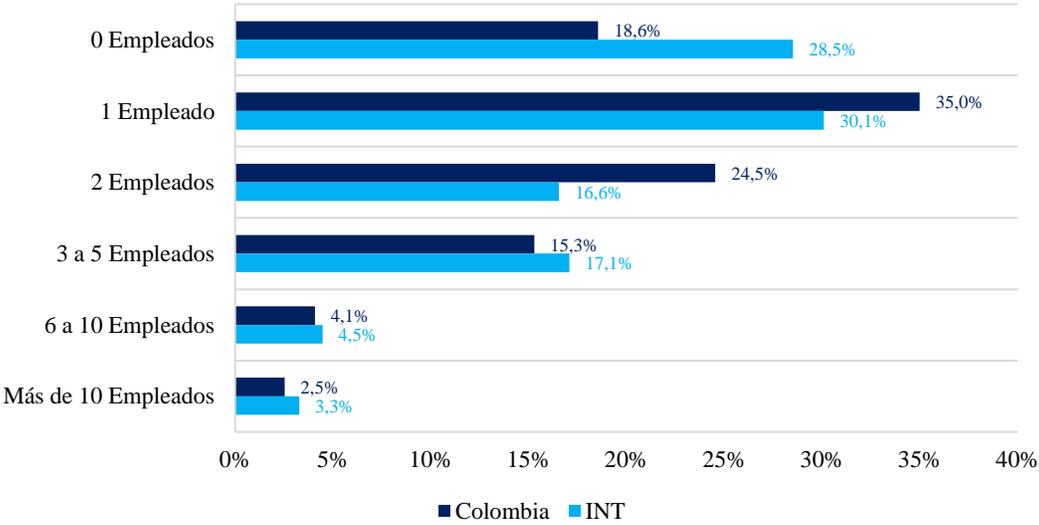


Figura 34 Número de empleados trabajando en la empresa a tiempo completo, Colombia vs. Internacional

La Figura 35 presenta los resultados de las preguntas realizadas con el fin de evaluar el desempeño de las empresas de los emprendedores universitarios, desde su creación y en comparación con sus competidores. Se observa el factor mejor evaluado en Colombia es el nivel de innovación con 5,2 puntos en una escala de 1 a 7 (frente a 4,9 a nivel internacional donde también es el factor más alto); por su parte los siguientes factores que los emprendedores del país y los del acumulado de países destacan son el crecimiento en ventas y las utilidades (4,9 y 4,7 puntos respectivamente). De igual manera se observa que el indicador de menor puntaje es el de creación de empleo.

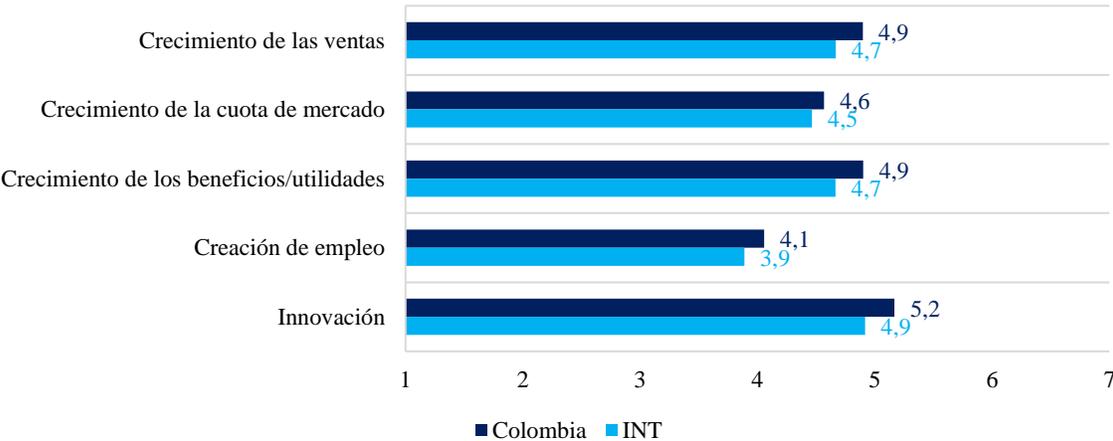


Figura 35 Percepción del desempeño en emprendimientos activos comparados con sus competidores, Colombia vs. Internacional

7 La Empresa Familiar

Como se mencionó en el apartado del entorno familiar para emprender, los antecedentes empresariales en la familia y en especial, el hecho de tener padres empresarios, pueden convertirse en factores determinantes de la intención emprendedora en los estudiantes. Con base en esto, el proyecto GUESSS analiza los encuestados que informaron que sus padres gestionan o son propietarios de una empresa familiar. En esta sección se abordará esta temática.

7.1 Aspectos generales

Teniendo en cuenta a aquellos estudiantes que afirmaron que por lo menos uno de sus padres o ambos, trabajaban en su propia empresa, la Figura 36 señala que a nivel de Colombia el 60.4% de los encuestados informó que al menos alguno de los padres actúa como director/gerente (CEO) de la empresa, por otra parte, el porcentaje asciende al 73.7% en la muestra internacional. A su vez, sobre la relación directa con la empresa familiar, los resultados son similares en la muestra colombiana y en la internacional; siendo el 39.4% y el 37.5% el porcentaje que afirmaron haber trabajado en la empresa de sus padres, respectivamente. En cualquier caso, se puede afirmar que un porcentaje considerable de los estudiantes han adquirido experiencia profesional y conocimientos en el manejo de la empresa familiar, que les permitiría más adelante convertirse en sucesores de esta o bien desarrollar las actividades necesarias para crear su propia empresa.

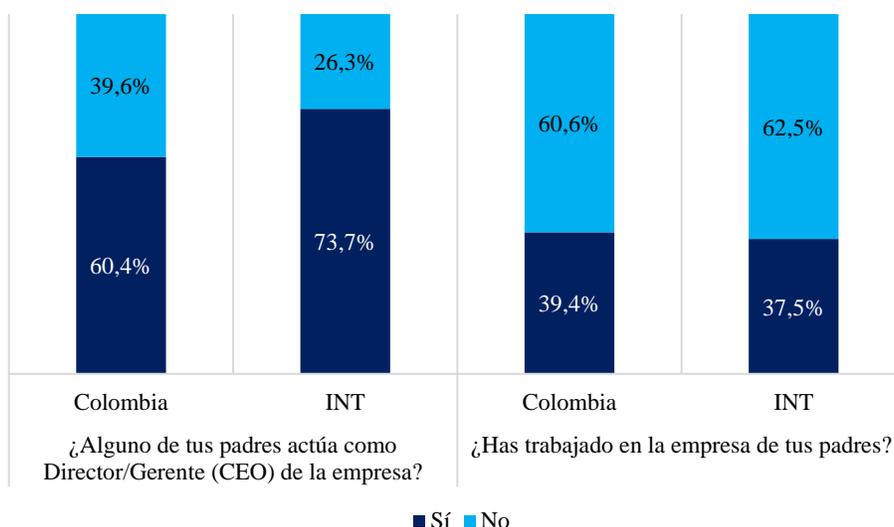


Figura 36 Información general de la empresa familiar, a nivel nacional

Al indagar entre los estudiantes nacionales e internacionales acerca del periodo en que la empresa familiar inició operaciones, se destaca que, para ambos casos, más del 40% afirmó que su familia fundó la empresa hace más de 20 años (43,9% en el caso colombiano, y 60,7 en el total de países), lo que las sitúa como empresas consolidadas en el mercado y con cierta tradición (ver Figura 37). Cabe señalar que el 20,5% de los emprendimientos familiares en Colombia fueron iniciados hace menos de tres años, por lo que están en la etapa de consolidación y son relativamente más jóvenes que las internacionales.

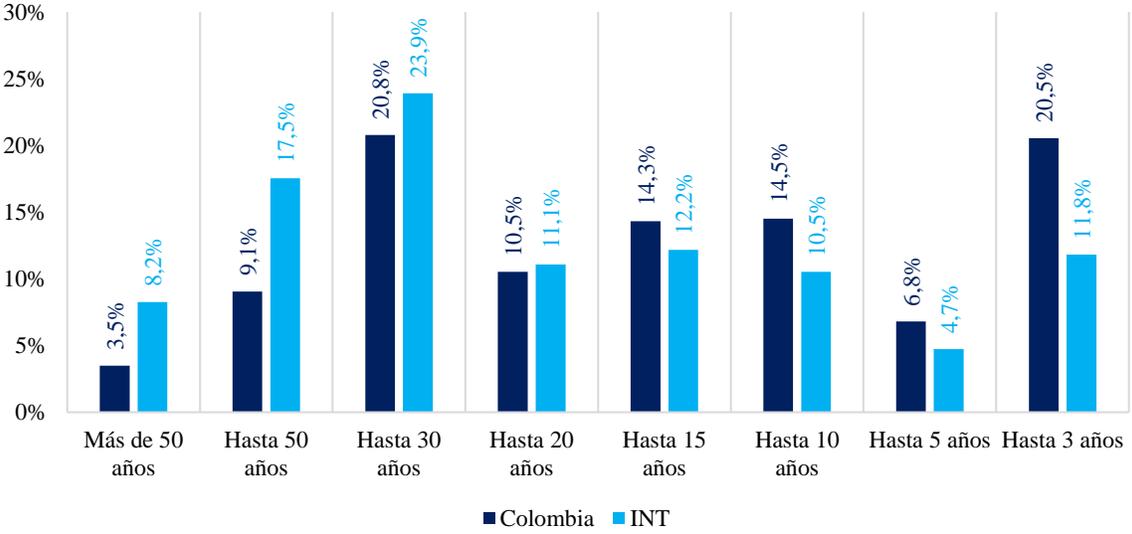


Figura 37 Número de años de funcionamiento de la empresa familiar - siendo los padres propietarios, Colombia vs. Internacional

7.2 Características de las empresas creadas

En relación con el sector económico en los que las empresas familiares desarrollan su actividad productiva, la Figura 38 permite identificar que en ambas muestras predomina el sector de comercio minorista o mayorista (nacional 25.8% e internacional 19%). En el contexto nacional, también se destacan otros servicios (por ejemplo, transporte) con el 9.4% de las empresas y la construcción con el 6.9%.

Respecto al número de empleados vinculados a tiempo completo en la empresa familiar, se destaca, tanto a nivel nacional como internacional, que predominan las empresas donde se emplea a dos trabajadores o menos. En líneas generales, se observa que la muestra colombiana exhibe porcentajes más elevados en las tres primeras categorías de análisis (hasta 5 empleados), situación que se revierte de los seis colaboradores en adelante donde el porcentaje de empresas familiares a nivel internacional emplean una mayor proporción de personas (ver Figura 39).

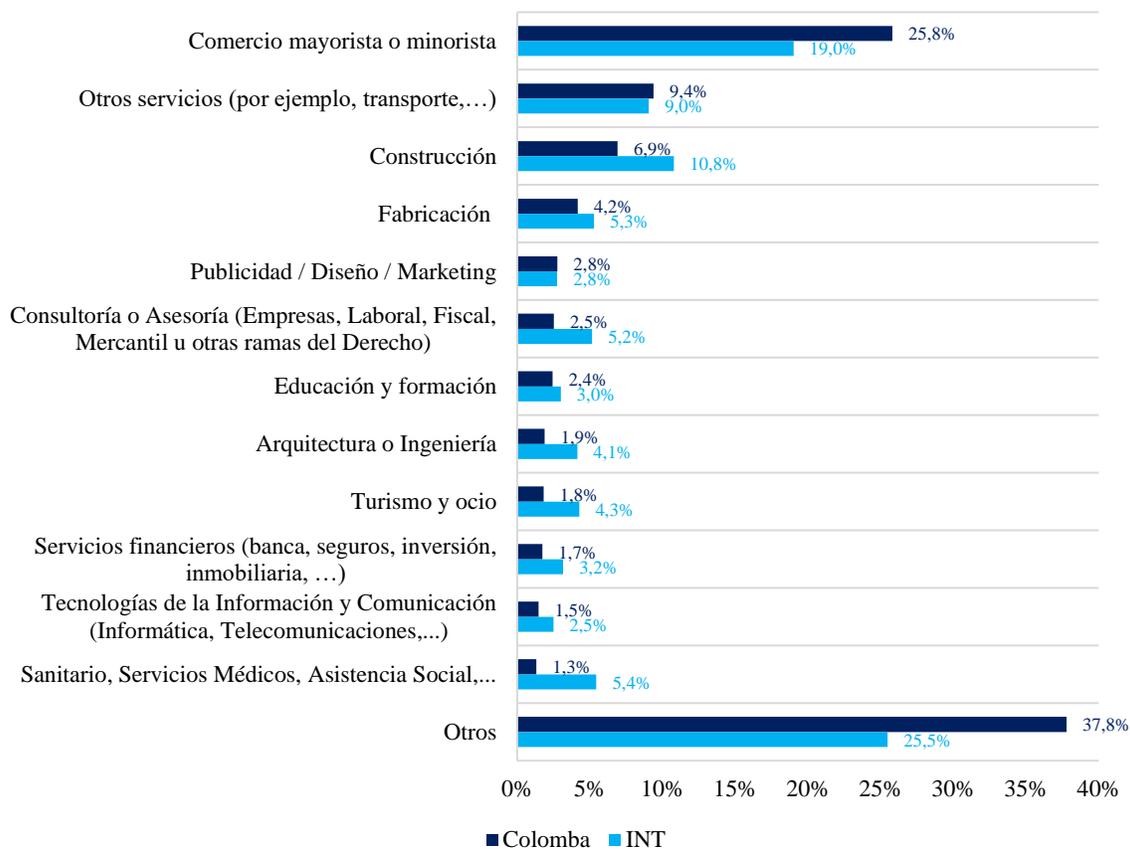


Figura 38 Sector económico donde operan las empresas familiares, Colombia vs. Internacional

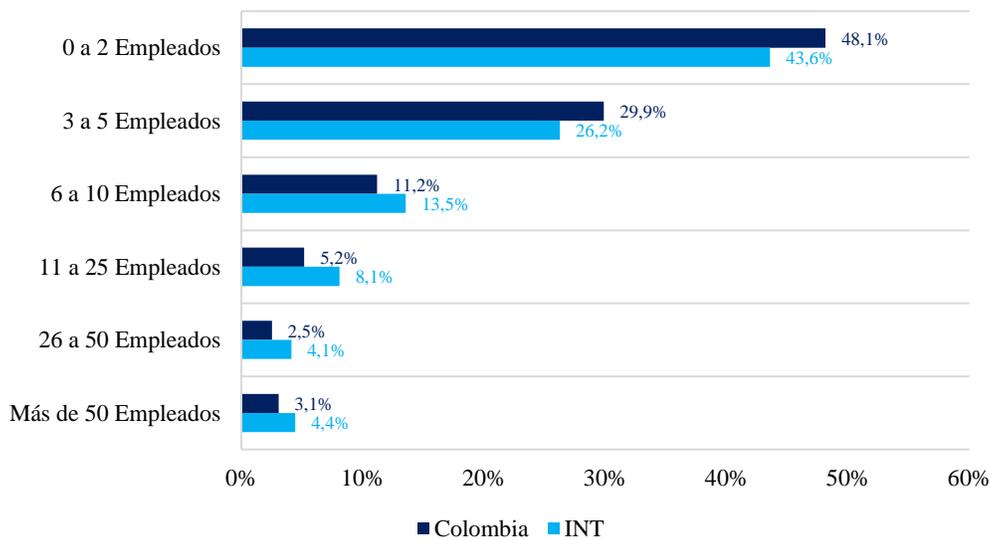


Figura 39 Número de empleados que trabajan en la empresa familiar, Colombia vs. Internacional

El proyecto GUESSS también tiene en cuenta la percepción de los estudiantes sobre el desempeño de la empresa familiar desde su creación y en comparación con su competencia. Puede observarse en la Figura 40 que tanto a nivel Colombia como internacional los factores de mejor rendimiento son el crecimiento en ventas (4,6 puntos en ambos casos), y el crecimiento en beneficios/utilidades (con 4,6 puntos y 4,5 respectivamente). Por su parte, los indicadores de menor puntuación fueron la creación de empleo (3,9 y 3,7 en cada caso) y la innovación (4,2 y 4,1 puntos respectivamente).

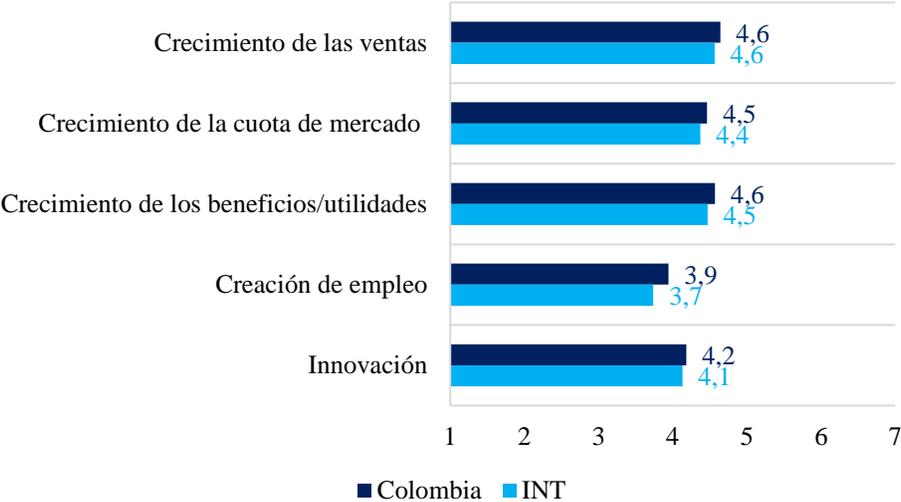


Figura 40 Dimensiones del desempeño de la empresa de los padres en comparación con las empresas competidoras, Colombia vs. Internacional

7.3 Características de los sucesores

Con la finalidad de determinar el grado de intención de convertirse en sucesor de la empresa familiar de sus padres, se les pide a los estudiantes, que califiquen dicha intención en una escala de 1 a 7 (1 = muy bajo, 7 = muy alto). Tanto a nivel nacional como internacional, los resultados muestran una baja motivación y compromiso para ser sucesor en las empresas familiares, ya que todas las dimensiones recibieron una calificación por debajo de 4 que es la mitad de la escala (ver Figura 41). Sin embargo, es importante destacar que el promedio de dicha intención resultó más alto para Colombia (2,9) que para el acumulado de países (2,5), lo cual fue similar que en la investigación 2018-2019 cuando los resultados fueron en el primer caso de 3,3 y 2,6 respectivamente, observándose además que la intención de ser sucesores viene en descenso.

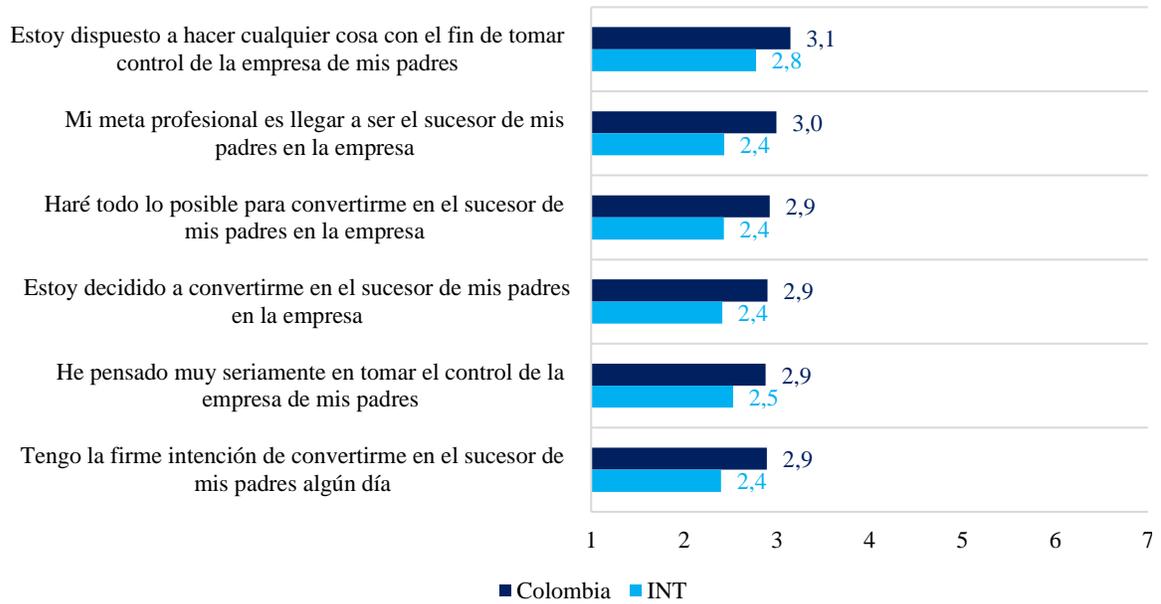


Figura 41 Intención de sucesión en la empresa familiar, Colombia vs. Internacional

8 Emprendimiento Universitario Durante la Pandemia COVID-19

La Figura 42 permite observar un 41,9% de los emprendedores activos en Colombia y el 32,9% en la muestra internacional. Dichos emprendedores crearon su empresa durante el periodo de retos y cambios que el mundo ha vivido por la pandemia del Covid-19, siendo entonces muy destacable que la creación y gestión de empresas de los universitarios se haya mantenido activa durante este tiempo de crisis. Por otra parte, también se puede ver que, durante este mismo periodo, un 18,1% de los estudiantes encuestados en Colombia y el 22,4% en la muestra internacional, señalaron estar desarrollando actividades para la puesta en marcha de su negocio (emprendedores nacientes).

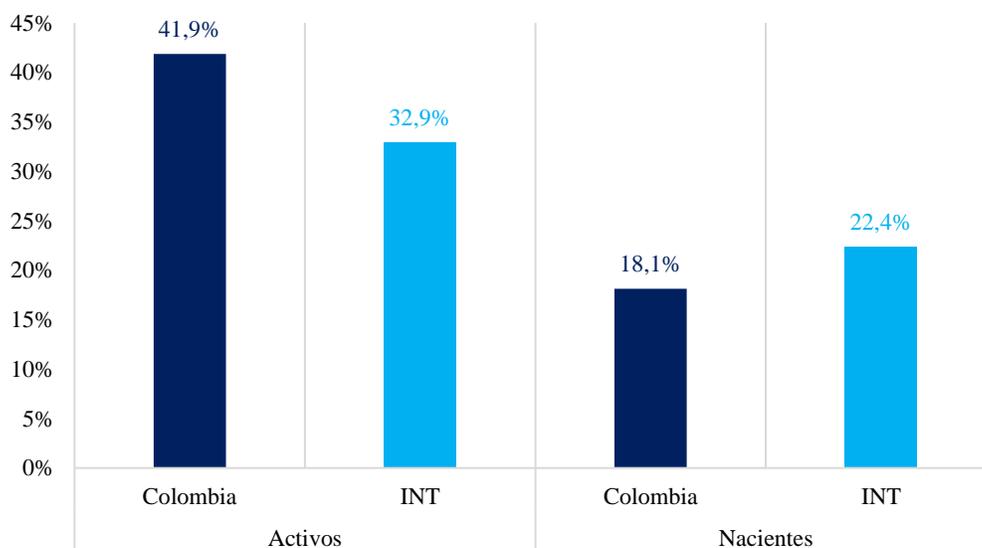


Figura 42 Proporción de "emprendedores COVID" activos y nacientes, Colombia vs. Internacional

9 Orientación Emprendedora a Nivel Individual

Las organizaciones, en cierta medida, son el resultado del comportamiento de los individuos que las integran; además, los rasgos de los individuos con mayor orientación emprendedora difieren de aquellos más conservadores, ya que están más abiertos a las novedades y a generar ideas creativas, son proactivos y más propensos a asumir riesgos (Bolton & Lane, 2012). En consecuencia, aquellos estudiantes con mayor orientación emprendedora absorben mejor la relación con su entorno cercano y son más inclinados a iniciar su propio negocio (Martins et al., 2022).

En la actual edición del GUESSS, el constructo de la orientación emprendedora a nivel individual es novedoso y aporta información relevante sobre los niveles de asunción de riesgos, propensión a innovar y la proactividad de los estudiantes universitarios. En la Figura 43, se observa que los niveles de propensión a innovar y de proactividad son muy similares en ambas muestras (nacional e internacional), ubicándose por encima de 5 puntos en una escala de 1 a 7. No obstante, en las preguntas relacionadas con la asunción de riesgos se puede observar una mayor inclinación de los estudiantes colombianos hacia asumir riesgos para emprender comparados con la muestra internacional. El promedio de la dimensión “asunción de riesgos” para Colombia es el 5,6 y para la muestra internacional el 5,3.



Figura 43 Orientación emprendedora individual por ítem, Colombia vs. Internacional

A su vez, observando individualmente cada dimensión, se destaca que la asunción de riesgos es más acentuada en los estudiantes del área de ciencias administrativas (Colombia: 5,67; Internacional: 5,47). La propensión por innovar presenta un equilibrio sin diferencias significativas entre ciencias administrativas, ciencias sociales y ciencias naturales y medicina para el caso de Colombia (con un puntaje por encima de 5,3 en las tres áreas de conocimiento). Asimismo, en la muestra internacional también se observa un equilibrio, pero entre ciencias administrativas e ingenierías y ciencias exactas (5,35 y 5,31, respectivamente). Por último, en términos de proactividad, en ambas muestras (Colombia e internacional), se observa que los estudiantes de ciencias administrativas son los más proactivos en la puesta en marcha de un proyecto, seguidos por los estudiantes de ciencias sociales.

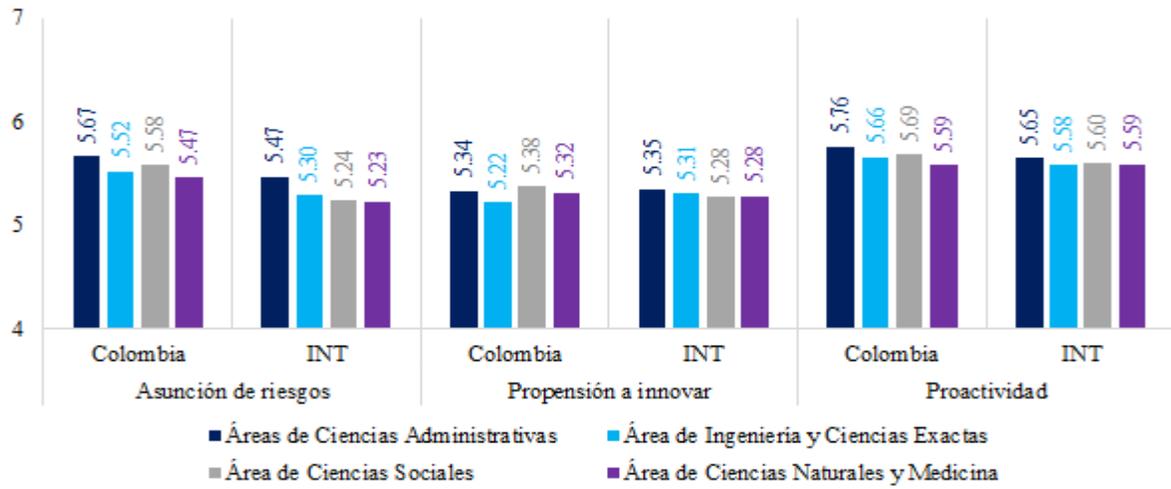


Figura 44 Orientación emprendedora individual área de conocimiento, Colombia vs. Internacional

10 Conclusiones

Colombia participa por cuarta vez consecutiva en el proyecto GUESSS, bajo la coordinación de la Universidad EAFIT y el apoyo de 21 Instituciones de Educación Superior del país. Facilitando el trabajo de campo en una recolección de más de 12.000 encuestas, siendo el tercer país con más encuestas recolectadas en esta versión. Los excelentes resultados son evidencia de la importancia que las IES Colombianas dan al compromiso de impulsar la cultura emprendedora y promover condiciones que permitan un ecosistema emprendedor adecuado. En ese contexto, la medición y evaluación continua son vitales para lograr los objetivos planteados. Así, este informe analiza resultados relevantes sobre las intenciones y las actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios en Colombia en el año 2021.

Uno de los resultados más interesantes del estudio, es la intención por ser emprendedor, puesto que justo después del grado se duplicó, frente a los resultados del informe nacional previo 2018-2019. Por una parte, estos resultados muestran un posible efecto de las políticas de educación en emprendimiento en las universidades que aumentan la intención emprendedora (Piperopoulos & Dimov, 2015; Soria-Barreto et al., 2017; Tomy & Pardede, 2020), a la vez que, como se mencionó, se perciben los efectos de las crisis promoviendo la búsqueda de nuevas oportunidades. En este caso, el COVID-19 modificó la forma en que se percibe el emprendimiento (International Labour Organization, 2020). Adicionalmente, el efecto del COVID-19 en países como Colombia, donde el empleo informal representa más del 46% de los ocupados (DANE, 2021). En consecuencia, el emprendimiento se convierte en una salida en momentos de incertidumbre. Tal como lo señalan Martínez y Rubio (2020), el emprendimiento se convierte en el mecanismo para reubicar recursos cuando surgen nuevas actividades, así como la introducción de nuevos productos, creación de nuevos puestos de trabajo y la promesa de ganancias mayores a la de un trabajo asalariado en el contexto del desempleo. Evidencia de lo anterior es que una parte importante de las nuevas empresas de los estudiantes fueron creadas en época de pandemia debido al COVID-19, lo cual se observa también en la muestra internacional (Sieger et al., 2021).

No obstante, la mayor cantidad de empresas no solo se debe a la crisis por la pandemia. Los resultados también muestran la mejora de la percepción de clima para emprender dentro de las universidades en Colombia, mientras que a nivel internacional esta misma medida tuvo una leve desmejora. Así mismo, los estudiantes manifiestan que los cursos y servicios de las universidades mejoran no solo las actitudes y motivaciones sino las habilidades necesarias para emprender. Estas buenas percepciones de los estudiantes en Colombia comparadas con los valores mundiales deben ser aprovechados por las universidades para continuar con el buen trabajo realizado y propiciar entornos de aprendizaje activo, donde los estudiantes mejoren sus habilidades para percibir oportunidades, mejorar modelos de negocio actuales, innovación, creatividad, resiliencia, las cuales conduzcan a la creación de empresas de alto impacto y crecimiento (Lopez et al., 2021).

A pesar de que la actual crisis ha convertido a la digitalización en una prioridad para hacer frente a los retos y oportunidades que implica la nueva normalidad (Martínez & Rubio, 2020), se destaca que en Colombia más de una tercera parte de las empresas son de comercio y hay un bajo porcentaje de empresas activas en el sector de las tecnologías de la información. Lo anterior muestra la baja participación en emprendimientos universitarios de base tecnológica.

Una de las medidas que se usa para calcular el impacto social y económico de una empresa es el número de empleos que genera (Acs, 2010). Es relevante que en Colombia ha disminuido el porcentaje de emprendedores que afirma que no tiene empleados comparado con el informe anterior y que la cifra es inferior a la del contexto internacional. En este sentido, se debe evaluar en investigaciones específicas el tipo de empleo (formal o informal) que están generando estas empresas, los retos que enfrentan y las ayudas que deben recibir por parte de las universidades y el gobierno para que esta cantidad de empleos crezca y se mantengan en el tiempo.

La mayor intención de los estudiantes para ser emprendedores al graduarse se evidencia como un efecto de las políticas de educación en emprendimiento de las IES y el gobierno. Sin embargo, esto también tiene implicaciones y retos que se deben abordar. Las diferentes instituciones (educativas, gobierno, empresas) que apoyan el emprendimiento y la innovación deben estar en la capacidad no solo de crear estrategias para aumentar la intención y el emprendimiento en los estudiantes, sino también los programas necesarios para que sus habilidades emprendedoras sean acordes al entorno. Debido a la cantidad de problemas a los que los emprendedores se enfrentan, como falta de recursos económicos, redes de contactos, capital humano, acceso a nuevas tecnologías, etc.

Por ejemplo, hay un reto claro que muestran los resultados que es disminuir la brecha que existe entre la mayor intención de emprender de los estudiantes de áreas de ingeniería y el bajo porcentaje de empresas de base tecnológica creadas por los estudiantes. Esto también se observa en el resultado sobre el constructo de orientación emprendedora. Específicamente al analizar la proactividad, los resultados muestran que los estudiantes colombianos de ciencias administrativas son los más proactivos en la puesta en marcha de un proyecto. Una de las preguntas que se desprenden de estos resultados, es cómo puede mejorarse la proactividad en otras áreas que permitan crear esas empresas de base tecnológica en las cuales la intención a emprender es alta.

Otro reto que aún no se ha abordado suficientemente es la diversidad de la muestra del estudio. En este sentido, a pesar de que la participación de los estudiantes de maestría es más alta que a nivel mundial, la participación de estudiantes de doctorado sigue siendo baja. Debido a lo anterior, se debería promover la encuesta en estos niveles de educación en posgrado, debido a que este perfil de estudiantes puede representar actividad emprendedora que, por la experiencia, las capacidades y las redes de contactos, entre otros factores, sea valiosa para la creación de empresas con valor agregado, tal como se ha mencionado en informes anteriores (Martins et al., 2019).

Por otro lado, el aumento de la intención emprendedora en las mujeres también es un aspecto para destacar, dado que en general, las mujeres han estado menos llamadas a la actividad emprendedora por la cultura y el rol de estas a lo largo de la historia (Bosma et al., 2020). Debido a lo anterior, las IES están llamadas a promover el emprendimiento de alto impacto en dicha población, especialmente porque se encuentran estudios en los cuales se observa que las mujeres emprendedoras tienen desventajas con respecto a los hombres emprendedores, por ejemplo, en el acceso a recursos financieros (Manolova et al., 2017). Así que es una ventaja que las mujeres estén aumentando su intención y una oportunidad para seguir promoviendo esta actividad emprendedora, por ejemplo, en las áreas de ingeniería y ciencias exactas donde, como se ha mencionado, hubo un aumento de 15 puntos porcentuales de la intención emprendedora.

Por lo que se refiere al apoyo por parte de las IES, este no sólo debe estar enfocado en los emprendedores universitarios sino a los emprendimientos familiares. Los resultados muestran que un 20% de las empresas familiares en el país comenzaron hace menos de 3 años, lo que evidencia la

etapa temprana y en consolidación del emprendimiento. Se debe analizar a profundidad los motivos por los cuales hay una baja intención y en descenso (al comparar con resultados de informes previos) por parte de los estudiantes de ser sucesores en las empresas familiares, y buscar herramientas para que los aprendizajes de los estudiantes en las aulas de clase, especialmente en las asignaturas relacionadas con emprendimiento se transfieran a las empresas familiares.

Aunque las implicaciones para las IES y otras instituciones que apoyan la creación de empresas son relevantes, los resultados de este informe también tienen implicaciones prácticas y de reflexión para los estudiantes. Entre ellas se plantea la necesidad y el reto de los estudiantes colombianos de mejorar la situación de las empresas familiares, los resultados muestran que el empleo en dichas empresas es bajo comparado con las empresas familiares a nivel internacional.

Por otro lado, se encuentran resultados interesantes a través de la medición del constructo de la orientación emprendedora. Dicho constructo es novedoso y aporta información relevante sobre diferentes aspectos personales de los estudiantes como la asunción de riesgos, la propensión a innovar y la proactividad. En ese sentido, se observa que, aunque la propensión a innovar y de proactividad son muy similares a nivel nacional e internacional, la asunción de riesgos para emprender es mayor en los estudiantes colombianos. Lo cual evidencia que, debido a la incertidumbre y las crisis, los estudiantes asumen más riesgos. Los emprendedores universitarios entonces deben analizar cuidadosamente las barreras a las que se enfrentan al emprender, con el fin de que esa propensión al riesgo no juegue en su contra y las decisiones que toman los lleven a ser sostenibles en el tiempo.

Consideramos que este informe y las implicaciones que se desprenden de los resultados son un punto de partida para investigaciones futuras en distintos niveles. Por lo cual, este documento es una invitación a continuar en la búsqueda por entender la actividad emprendedora de Colombia y específicamente el emprendimiento universitario.

Referencias

- Acs, Z. (2010). High-Impact Entrepreneurship. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research* (Second Edi, pp. 165–182). Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education and Training*, 54(2–3), 219–233. <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2020). *GEM - Global entrepreneurship monitor 2019/2020 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
- DANE. (2021). *Medición de empleo informal y seguridad social - Trimestre julio - septiembre 2021*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/bol_geih_informalidad_jul21_sep21.pdf
- International Labour Organization. (2020). *COVID-19: Supporting employment and incomes*. Five Things SMEs Need to Survive COVID-19. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/multimedia/video/institutional-videos/WCMS_740711/lang--en/index.htm
- Lopez, T., & Alvarez, C. (2019). Influence of university-related factors on students' entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 11(6), 521–540. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2019.103751>
- Lopez, T., Alvarez, C., Martins, I., Perez, J. P., & Román-Calderón, J. P. (2021). Students' perception of learning from entrepreneurship education programs and entrepreneurial intention in Latin America. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 34(3), 419–444. <https://doi.org/10.1108/ARLA-07-2020-0169>
- Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F., Robb, A., & Welter, F. (Eds.). (2017). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth of Women's Entrepreneurship: A Comparative Analysis*. Edward Elgar Publishing.
- Martins, I., Alvarez, C., Moreno-Gómez, J., Pérez, J. P., Lopez, T., & Hugueth Alba, A. (2019). *El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto GUESSS 2018*.

- Martins, I., Perez, J. P., & Novoa, S. (2022). Developing orientation to achieve entrepreneurial intention: A pretest-post-test analysis of entrepreneurship education programs. *The International Journal of Management Education*, 100593. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100593>
- Moreno-Gómez, J., Gómez-Araujo, E., & Castillo-De-Andreis, R. (2019). Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia: Does gender play a moderating role? *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0048>
- Nicolás Martínez, C., & Rubio Bañón, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53–66. <https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.279>
- Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970–985. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12116>
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen.
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Hatak, I. (2021). *Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries*.
- Soria-Barreto, K., Honores-Marin, G., Gutiérrez-Zepeda, P., & Gutiérrez-Rodríguez, J. (2017). Prior Exposure and Educational Environment towards Entrepreneurial Intention. *Journal of Technology Management and Innovation*, 12(2), 45–58.
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 0(0), 1–25. <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2019-0370>

