

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

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

**Informe Universidad EAFIT 2018**

**Izaias Martins, Ph.D.**

**Lukas Matheo Calderón Acevedo**

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	5
1. ORGANIZACIÓN EN LA ENCUESTA .....	6
2. CONTEXTO.....	8
3. FORMACIÓN.....	8
4. ESCUELA.....	9
5. SEMESTRE.....	9
6. GÉNERO .....	10
7. EDAD .....	10
8. ENTORNO SOCIAL.....	11
9. CARACTERIZACIÓN DEL INDIVIDUO.....	12
10. ADN INNOVADOR.....	13
11. ASUNCIÓN DEL RIESGO Y PROACTIVIDAD.....	14
12. CONTEXTO SOCIAL .....	16
13. MIEDO AL FRACASO.....	16
14. PROPENSIÓN HACIA EMPRENDER .....	17
15. MOTIVACIONES DEL EMPRENDEDOR .....	18
16. APOYO DE LA UNIVERSIDAD AL EMPRENDIMIENTO.....	19
17. EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD.....	20

<b>18. PERSPECTIVA HACIA EMPRENDER .....</b>	<b>21</b>
<b>19. APROBACIÓN EN CREACIÓN DE EMPRESA.....</b>	<b>22</b>
<b>20. AUTOCONFIANZA.....</b>	<b>22</b>
<b>21. BARRERAS EN LA CREACIÓN DE EMPRESA .....</b>	<b>23</b>
<b>22. EDAD POR ÁREA DE CONOCIMIENTO.....</b>	<b>24</b>
<b>23. GÉNERO POR ÁREA DE CONOCIMIENTO.....</b>	<b>24</b>
<b>24. INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO .....</b>	<b>25</b>
<b>25. TOMA DE RIESGOS.....</b>	<b>32</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>36</b>

## **INTRODUCCIÓN**

El reconocimiento de la actividad emprendedora como elemento esencial para el desarrollo económico regional (Audretsch, Falck, Feldman, & Heblich, 2012; Mason & Brown, 2014), la innovación (Acs & Amorós, 2008) y la mejora de la competitividad (World Economic Forum, 2014), es un fenómeno que se ha consolidado con estatus de interés social y está cada vez más presente en la agenda de las políticas públicas. Teniendo en cuenta lo recién destacado, asociado a los cambios en la economía global y en la naturaleza de la fuerza laboral (Friis, Karlsson, & Paulsson, 2006), ya no es suficiente que las instituciones de educación superior se limiten a formar individuos para ocupar puestos de trabajo en el mercado laboral.

Así, desarrollar habilidades emprendedoras en los estudiantes empieza a ser parte importante y necesaria de la labor académica (Lima, Lopes, Nassif, & Silva, 2015). Es a través de la educación que se puede influir sobre las actitudes, creencias y habilidades de los individuos con el fin de incentivar sus intenciones de emprender (Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc, 2006). En este sentido, la educación emprendedora incrementa el desarrollo de la intención en los individuos para ejecutar nuevos proyectos y brinda la confianza para realizar con éxito las funciones de un emprendedor (Fayolle & Gailly, 2015).

Bajo este contexto, durante las últimas décadas, se han llevado a cabo iniciativas de carácter cuantitativo para medir los niveles de emprendimiento en diferentes contextos. Los resultados permiten identificar potencialidades y desventajas en materia de emprendimiento, para de esta manera plantear políticas y medidas que incentiven la intención del individuo

para crear y desarrollar nuevos proyectos, siendo la educación emprendedora el mecanismo más eficiente para lograr tal objetivo (Liñán, 2004).

Actualmente, existen diferentes encuestas con alcance global que son referencia para la medición de la intención y la efectividad de la actividad emprendedora alrededor del mundo, como la encuesta del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) o el Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSSS). Sin embargo, son, en su mayoría, instrumentos con un diseño estándar que, si bien recogen información valiosa acerca de la actividad emprendedora, no permiten captar aspectos específicos que puedan ser de interés particular de las instituciones de educación superior.

En este sentido, la “Encuesta sobre la percepción, intención y actitud emprendedora de estudiantes universitarios”, desarrollada por el Semillero de Investigación en Emprendimiento y Gestión de Empresas (SIEGDE), permite realizar una medición sistemática y longitudinal de la percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes que cursan la asignatura Iniciativa y Cultura Empresarial de la Universidad EAFIT. Dicha asignatura es de carácter obligatorio pues hace parte del Núcleo de Formación Institucional, lo que permite obtener una muestra importante con observaciones de estudiantes de todas las carreras de la Universidad.

## **1. ORGANIZACIÓN EN LA ENCUESTA**

El emprendimiento, como eje estratégico de la Universidad EAFIT, permite impactar anualmente, a través de cursos de educación formal y no formal, más de mil personas y diversas empresas a nivel nacional. Dentro de dicha oferta académica se encuentra Iniciativa y Cultura Empresarial (ICE), una asignatura del Núcleo de Formación Institucional que

recibe en promedio 700 estudiantes cada semestre y que hace parte de las materias obligatorias en todos los planes de estudio de los diferentes pregrados de la Universidad.

La información utilizada en el estudio es parte de una encuesta aplicada por el Semillero de Investigación en Emprendimiento, Gestión y Desarrollo de la Empresa (SIEGDE) de la Universidad EAFIT sede Medellín, a los estudiantes matriculados en ICE.

La encuesta es anónima y consta de dos fases. En la primera, los estudiantes responden en línea las preguntas planteadas durante las dos primeras sesiones de clase, minimizando así sesgos que puedan afectar la calidad de la respuesta (ej. sesgos inherentes al anonimato del alumno y/o respuestas influenciadas por la formación que reciben a partir de las sesiones subsecuentes) (Podsakoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003). La segunda fase de la encuesta se lleva a cabo durante el periodo de finalización de clases y tiene como objetivo identificar cómo las respuestas a las preguntas planteadas en la primera fase han cambiado una vez los conocimientos del curso han sido asimilados.

El instrumento contiene preguntas cerradas, diseñadas en escala Likert de siete puntos (siendo 1 el punto mínimo y 7 el máximo), y preguntas dicotómicas (sí o no). La información permite identificar la posición de los estudiantes respecto a diversos aspectos del emprendimiento y está agrupada en ocho secciones, en las cuales se abordan temas desde factores demográficos, hasta el conocimiento con respecto al apoyo institucional en materia de emprendimiento, pasando por otros asuntos como el ADN del Innovador y la asunción de riesgos.

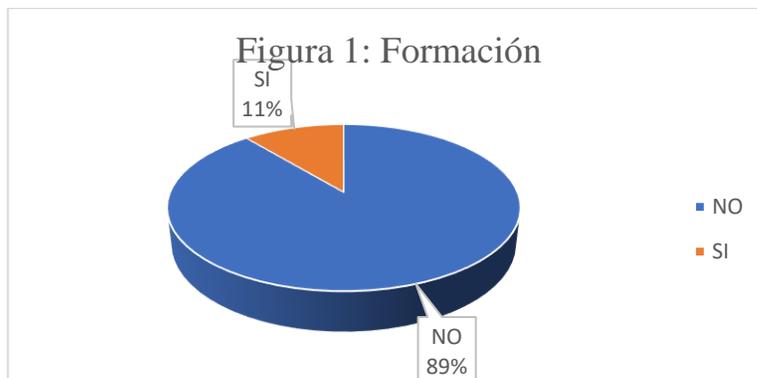
## 2. CONTEXTO

Este informe contiene un total de 1474 observaciones obtenidas de estudiantes de diferentes programas académicos matriculados en el Núcleo de Formación Institucional *Iniciativa y Cultura Empresarial*, recolectadas en el año del 2018 en su fase inicial.

De los encuestados, el 50,5% son hombres y el 49,5% restante son mujeres. En cuanto a la edad de los encuestados el 76% está en una edad de 18 a 21 años, mientras que el 25% del total tiene 19 años. Adicionalmente, el 62% de los estudiantes encuestados se encuentra en los primeros 5 semestres. La escuela con más participación es la Escuela de Administración con un 39%, seguida por la Escuela de Ingeniería (30%) y Escuela de Humanidades (11%).

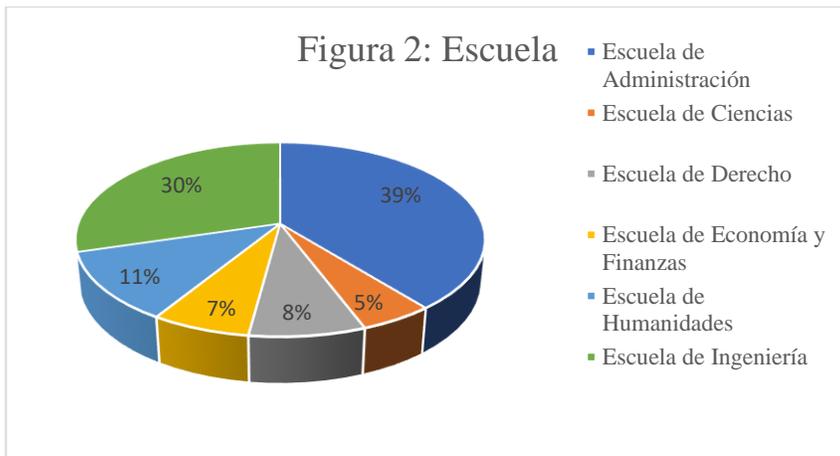
## 3. FORMACIÓN

De los encuestados, solo un 11% había recibido algún tipo de formación en emprendimiento antes de iniciar la materia ICE, mientras que el 89% restante nunca había tomado un curso relacionado con emprendimiento (ver Figura 1).



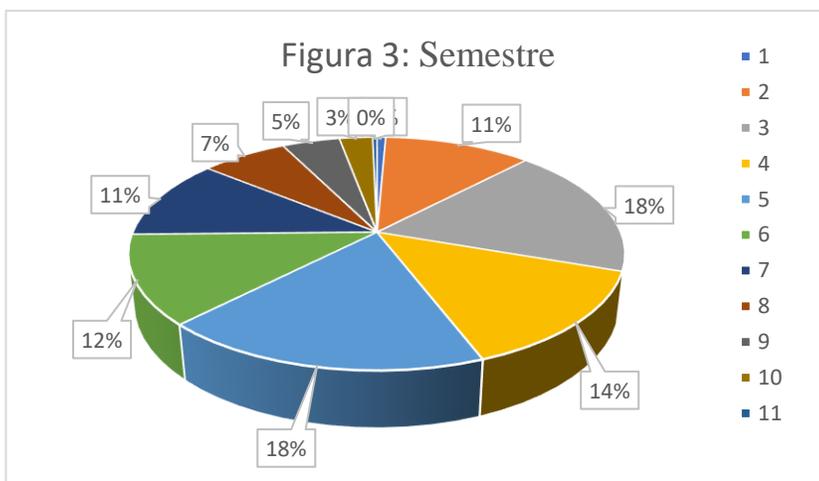
#### 4. ESCUELA

En el año 2018, la escuela con más participación es la Escuela de Administración con un 39%, seguida por la Escuela de Ingeniería (30%), Escuela de Humanidades (11%), Escuela de Derecho (8%), Escuela de Economía y Finanzas (7%) y la Escuela de Ciencias con un 5% (ver Figura 2).



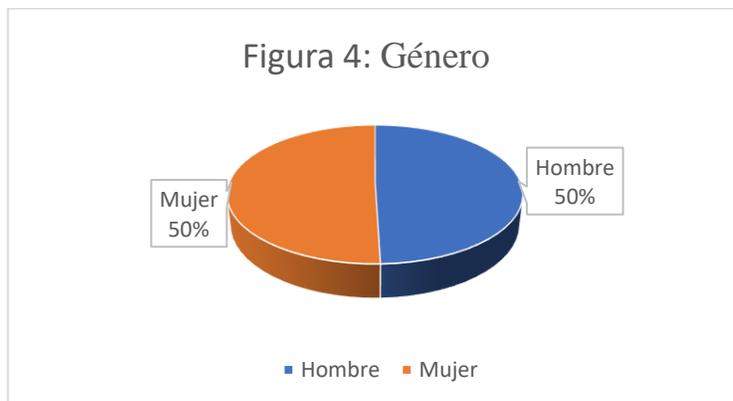
#### 5. SEMESTRE

Más del 60% de los estudiantes están entre los semestres 1 y 5 (Fig. 3).



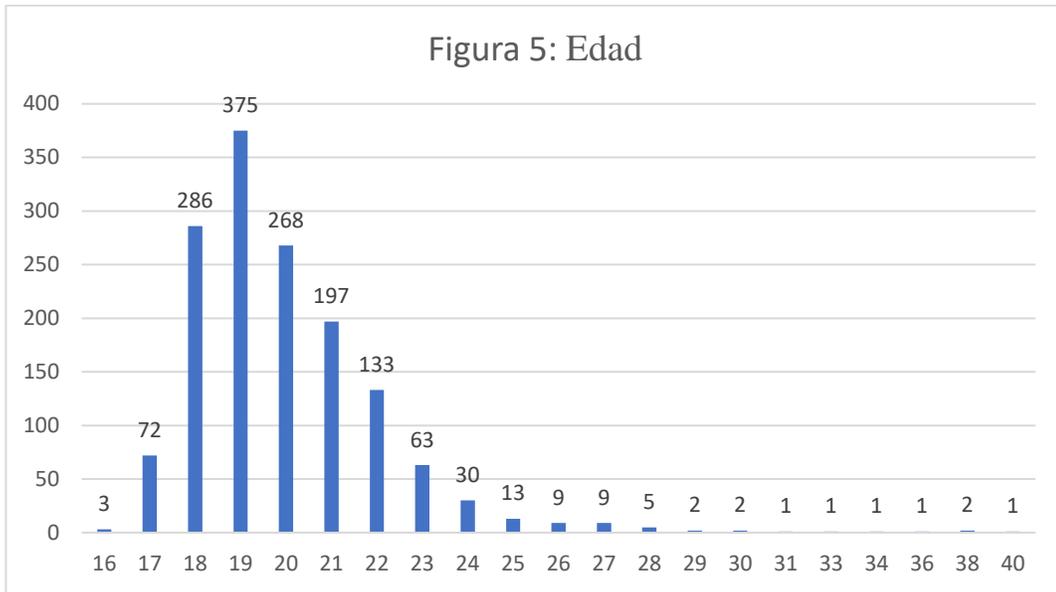
## 6. GÉNERO

Durante la encuesta realizada en el año 2018 se observa una distribución equitativa entre el género de hombre y mujer, con un 49,5% en la participación de los hombres y 50,5% la participación por parte de las mujeres (ver Figura 4).



## 7. EDAD

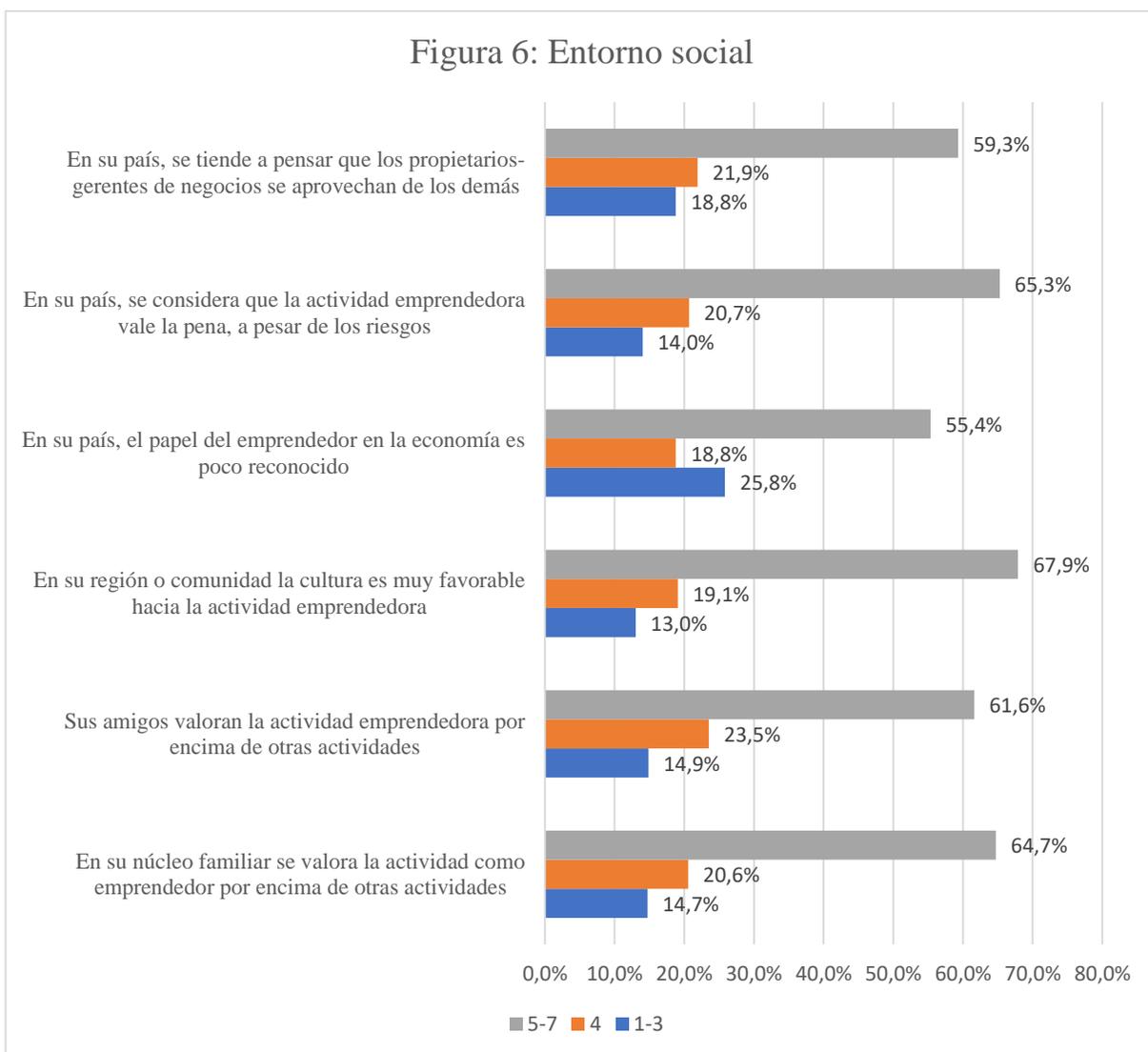
En la Figura 5, con un total de 1474 apreciaciones, el promedio de la edad de los encuestados es de 20 años. El 25% de ellos tienen 19 años, mientras que el 76% de los participantes está en una edad de 18 a 21 años.



## 8. ENTORNO SOCIAL

Mide la aceptación de la actividad emprendedora en diversos entornos. Los encuestados calificaron su región o comunidad como el entorno con más favorabilidad hacia la actividad emprendedora con un 68% en la calificación 5 a 7. Seguido por el país y el núcleo familiar con aproximadamente 65% en la misma calificación (ver Figura 6).

Figura 6: Entorno social



## 9. CARACTERIZACIÓN DEL INDIVIDUO

Se realizaron 17 preguntas relacionadas con la autoconfianza, la comunicación, la adaptabilidad, el conocimiento propio, entre otros, con el fin de caracterizar al individuo.

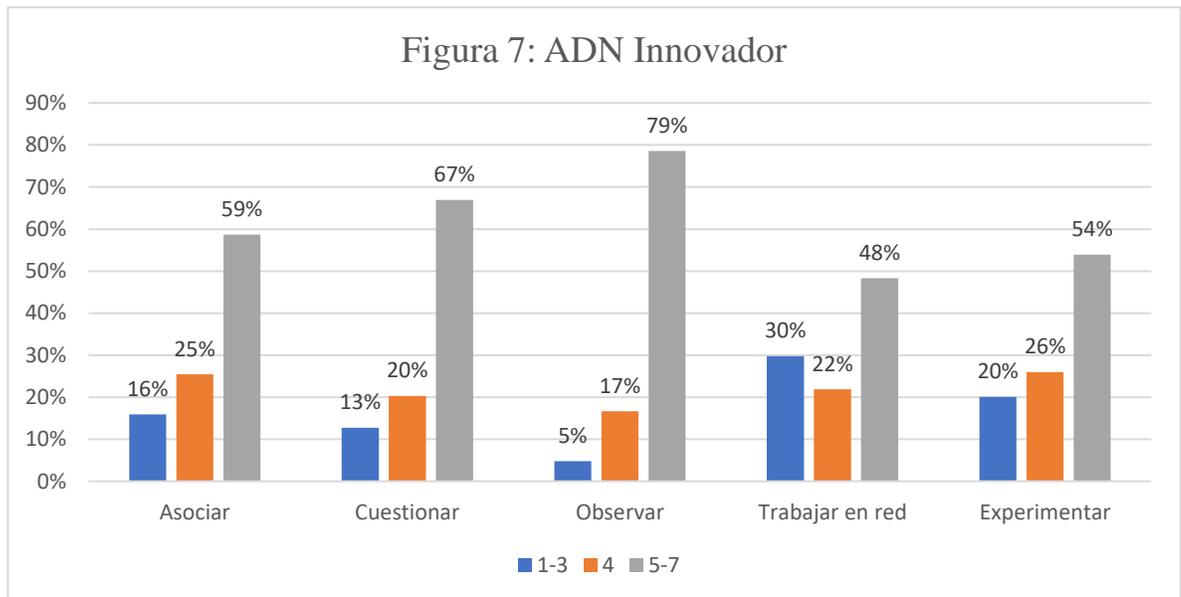
Los resultados encontrados son favorables, ya que 9 de las 17 preguntas arrojaron una aceptación superior al 80%, tan solo dos enunciados tuvieron una calificación inferior al 70% y ninguna tuvo una valoración negativa (ver Tabla 1).

Tabla 1: Característica Personal	Sí	No
¿Cree firmemente que tendrá éxito en todo lo que se proponga hacer?	83%	17%
¿Confía en sus capacidades a pesar de que cometa errores?	91%	9%
¿Cree firmemente que tendrá éxito en todo lo que se proponga hacer?	83%	17%
¿Está convencido de sus capacidades y aptitudes y sabe muy bien como explotarlas?	58%	42%
¿Se conoces a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?	78%	22%
¿Escucha la opinión de aquellos que entienden un problema de manera diferente a la propia?	95%	5%
¿Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión?	74%	26%
¿Frecuentemente encuentra soluciones rápidas y eficaces a los problemas?	76%	24%
¿Tiene persistencia en el logro de sus objetivos?	79%	21%
¿Considera que la perseverancia (constancia) es importante para llegar al éxito?	98%	2%
¿Le gusta trabajar para estar entre los mejores?	90%	10%
¿Le gusta trabajar en equipo para llegar a una mejor solución?	85%	15%
¿Tiene facilidad para comunicarse con otras personas?	79%	21%
¿Se adapta fácilmente a los cambios?	81%	19%
¿Ve posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hace?	61%	39%
¿Se considera una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles?	74%	26%
¿Opta por posiciones positivas ante los problemas y adversidades?	88%	12%

## 10. ADN INNOVADOR

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

En la Figura 7, se evidencia que las habilidades relacionadas directamente con el entorno son las mejor valoradas. Así, la capacidad de observar presenta la puntuación más alta (79%) en la valoración de 5 a 7.



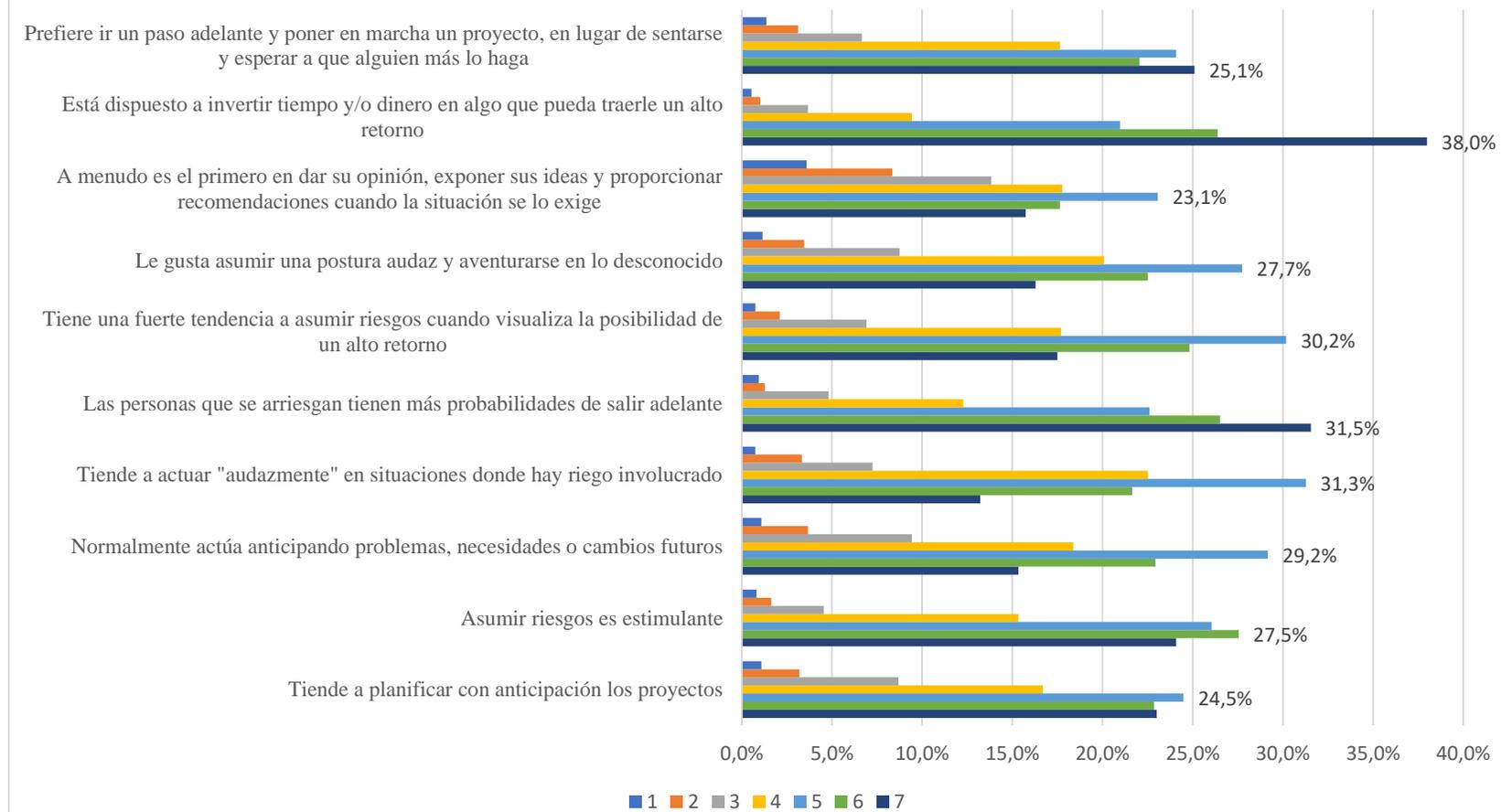
## 11. ASUNCIÓN DEL RIESGO Y PROACTIVIDAD

Se observa el nivel de asunción de riesgos, así como la proactividad en los estudiantes.

En primera instancia los alumnos revelan una alta propensión al riesgo, donde el 77% de los encuestados manifiestan una valoración igual y superior a 5 a creencias como “asumir riesgos es estimulante”.

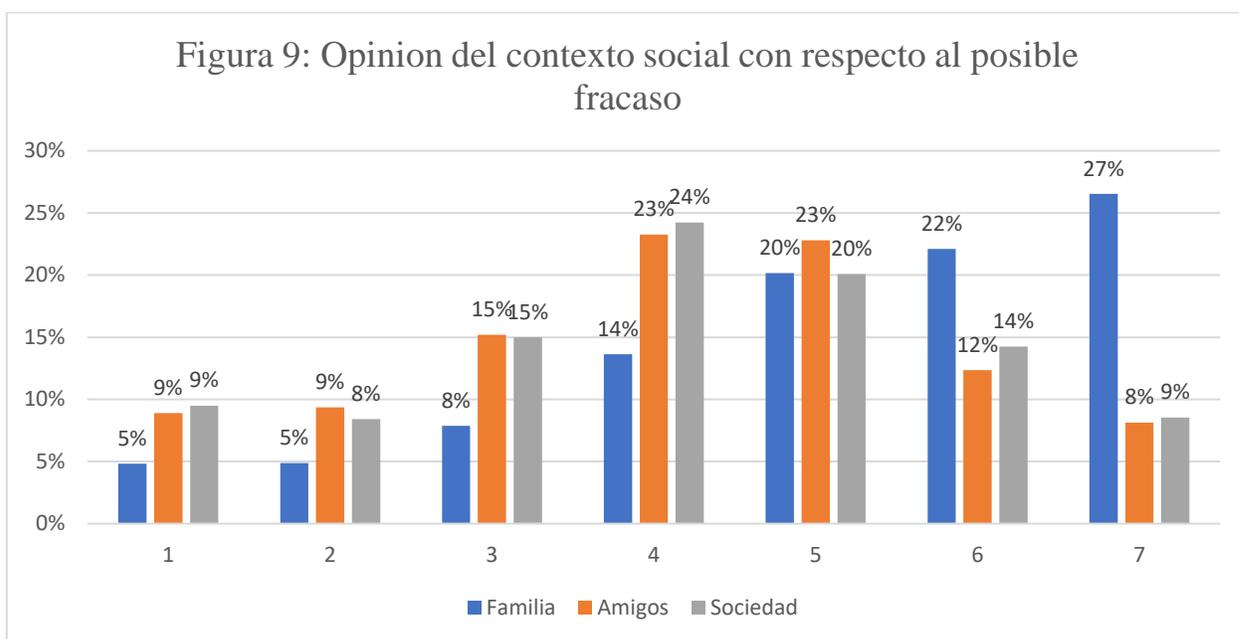
En cuanto a la proactividad, se observa que los encuestados están dispuestos a invertir tiempo y/o dinero a algo que pueda traer alto retorno (85%), con una valoración de 5 a 7 (ver Figura 8).

Figura 8: Asunción al riesgo y proactividad



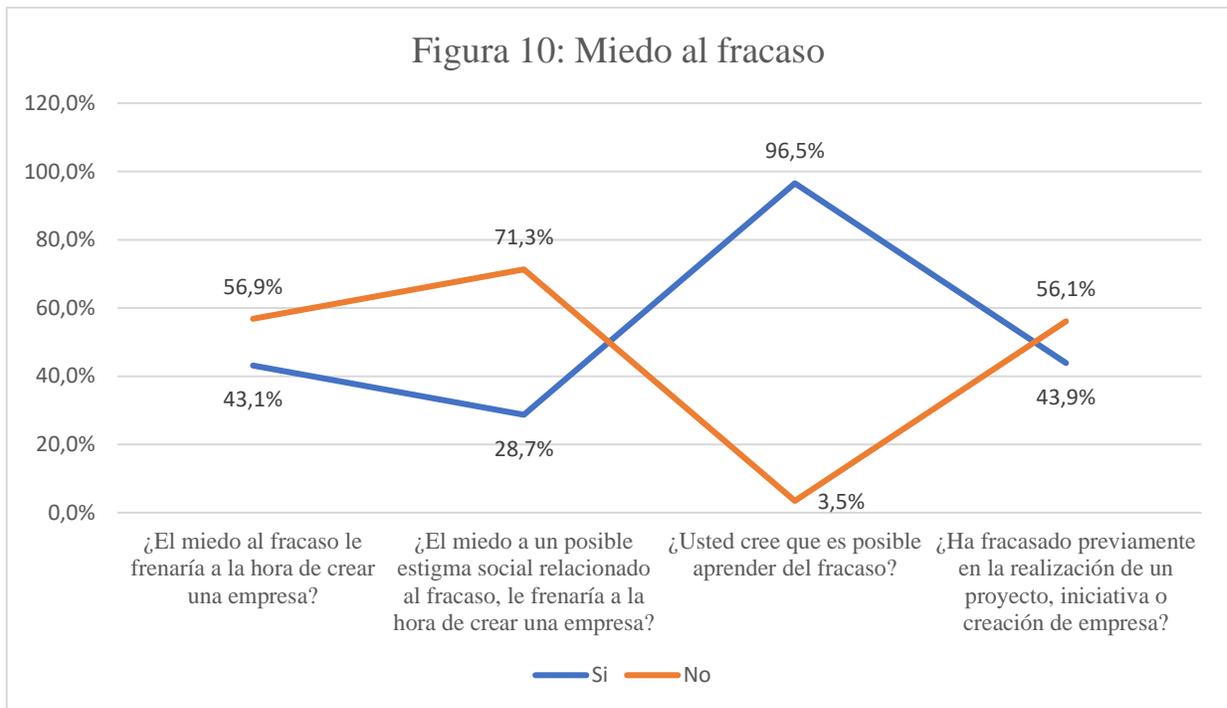
## 12. CONTEXTO SOCIAL

Se muestra la percepción del individuo con respecto a la opinión del fracaso en un contexto social. Así, como vemos en la Figura 9, los encuestados dan una mayor importancia a la opinión del núcleo social cercano, donde el 68.8% de los estudiantes le otorga mayor importancia a lo que la familia puede opinar acerca del fracaso, seguido de los amigos y la sociedad con un 43.3% y 42.9% de participación, respectivamente.



## 13. MIEDO AL FRACASO

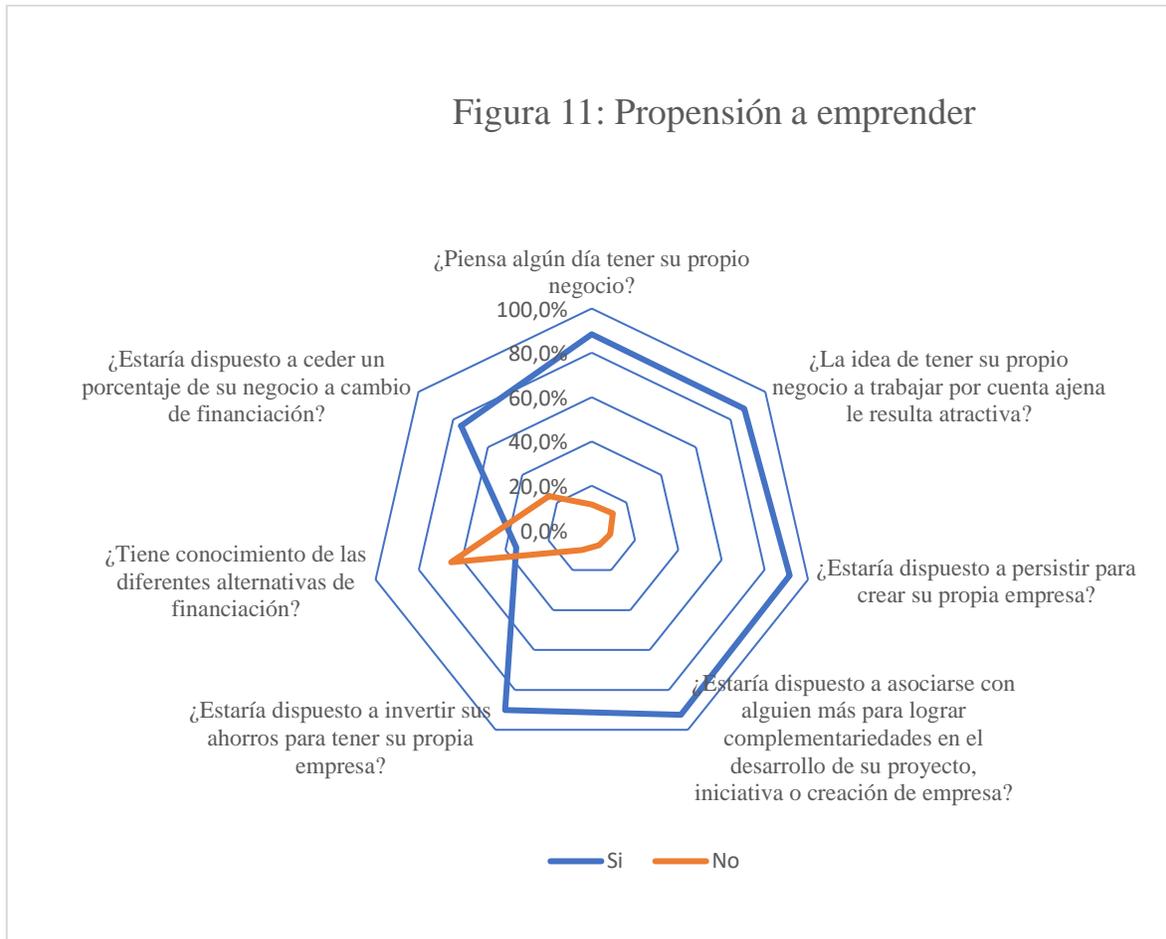
El 56,9% de los estudiantes piensan que el miedo a fracasar los frenaría a la hora de crear empresa. Sin embargo, el estigma social relacionado al fracaso no es un factor relevante que les impida iniciar un emprendimiento. Más bien, se ve el fracaso como una oportunidad para aprender, lo cual se puede ver con una aceptación del 96,5% (ver Figura 10).



#### **14. PROPENSIÓN HACIA EMPRENDER**

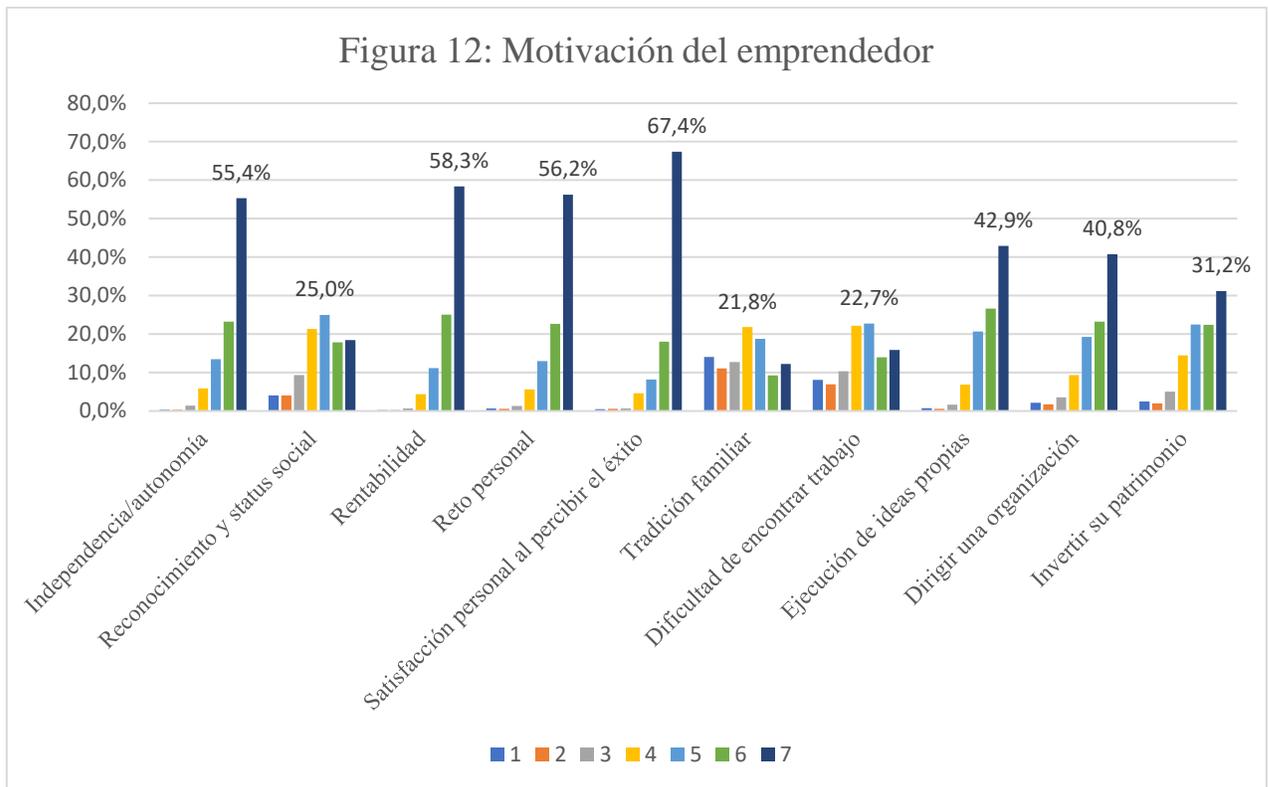
Se puede observar en la Figura 11 que el 65,1% de los encuestados no tienen conocimiento de las diferentes alternativas de financiación.

Figura 11: Propensión a emprender



## 15. MOTIVACIONES DEL EMPRENDEDOR

Las principales motivaciones que impulsan a los estudiantes a emprender son la satisfacción personal, la búsqueda de independencia, reto personal y rentabilidad, haciendo que, en estas 4 motivaciones mencionadas, más del 50% de los encuestados las calificaran con una puntuación máxima de 5 a 7. Por otro lado, se observa que los círculos cercanos y del entorno laboral tienen menor relevancia a la hora de motivar un emprendimiento (ver Figura 12).

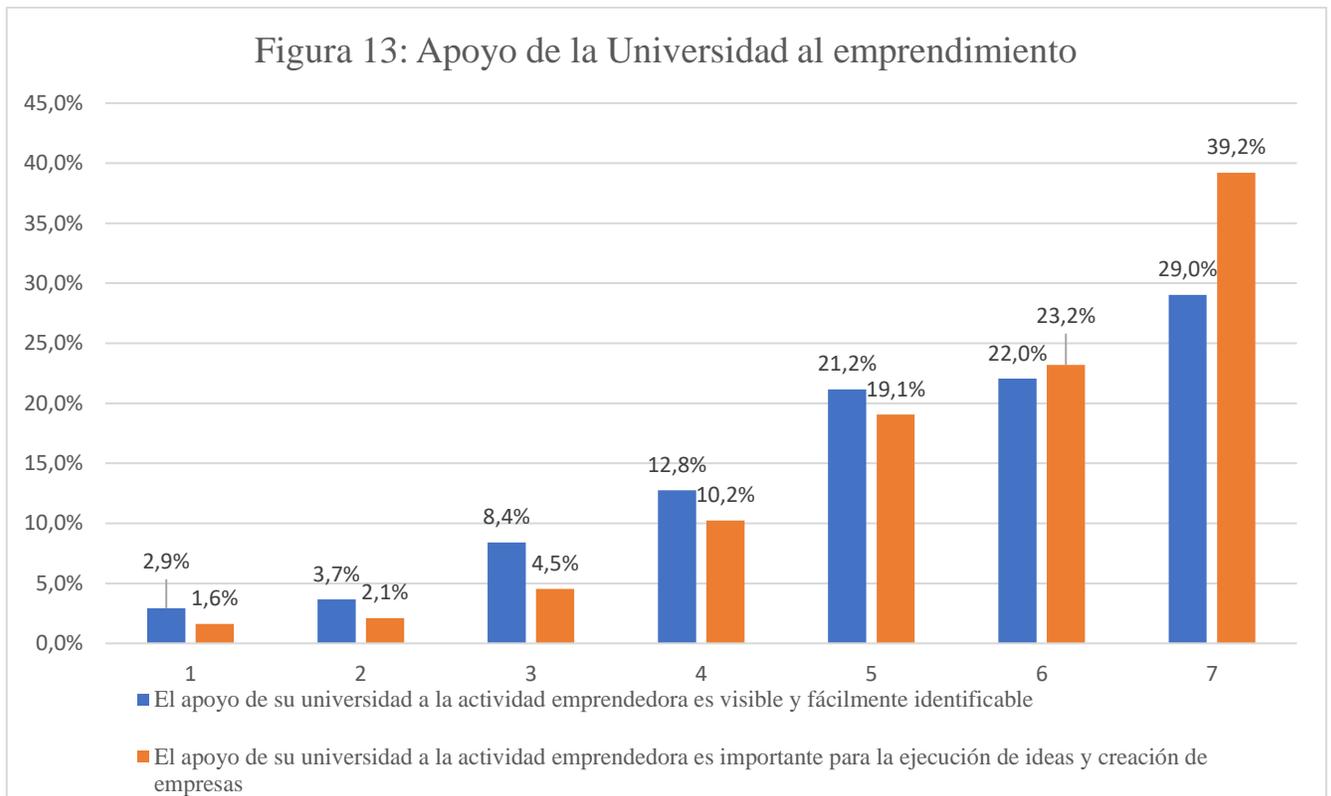


## 16. APOYO DE LA UNIVERSIDAD AL EMPRENDIMIENTO

El 72% de los estudiantes consideran que el apoyo de la Universidad al emprendimiento es visible y de fácil identificación, dándole una valoración entre 5 y 7.

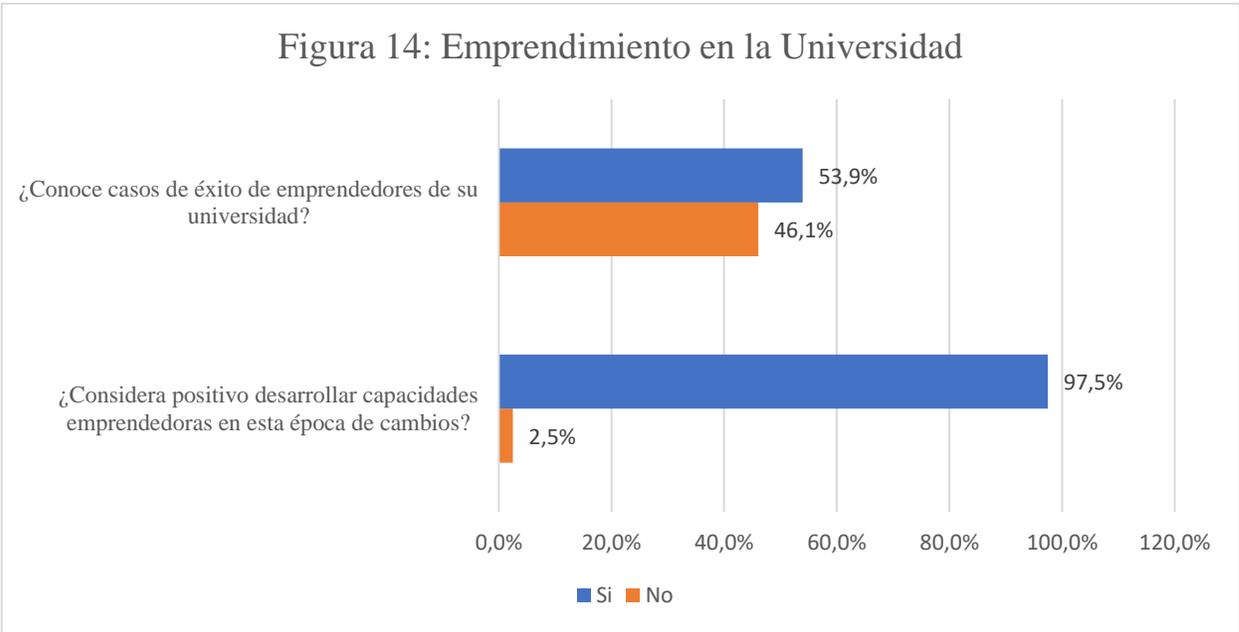
Por otro lado, se ve la importancia del apoyo a la actividad emprendedora demostrado por una valoración de 5 a 7 con un 81,5% de aceptación (ver Figura 13).

Figura 13: Apoyo de la Universidad al emprendimiento



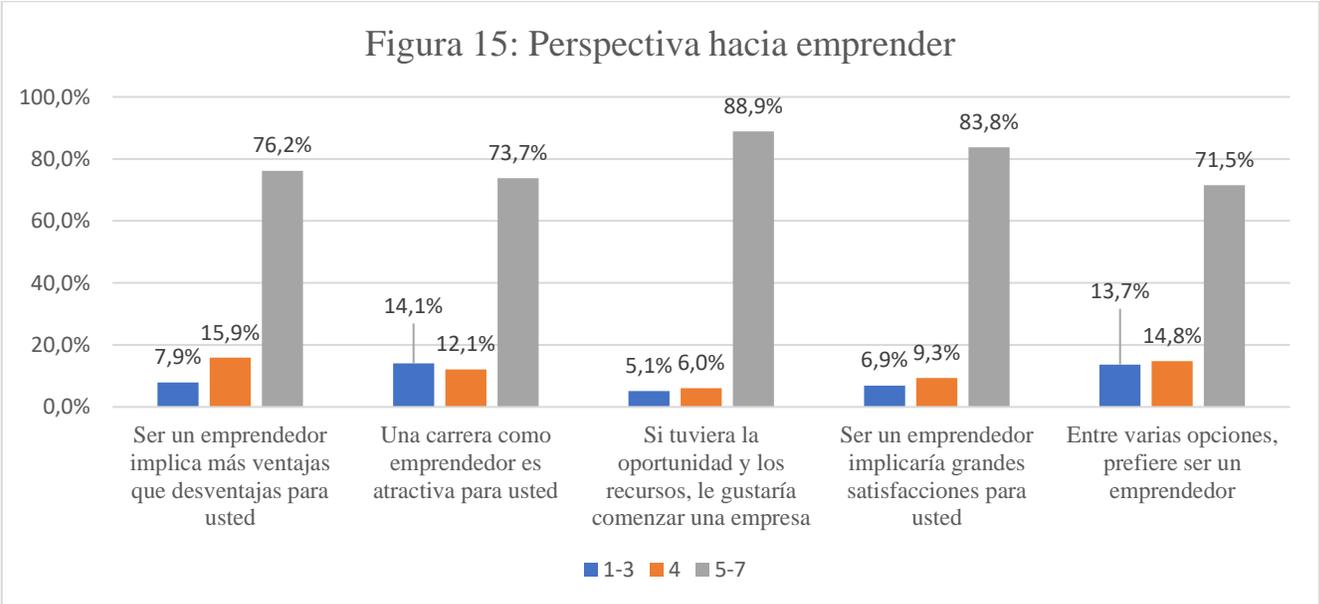
## 17. EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD

El 97,5% de los encuestados considera que desarrollar capacidades emprendedoras es positivo y hay un conocimiento por parte del 53% de los estudiantes acerca de casos exitosos de emprendimiento en la Universidad como se muestra en la Figura 14.



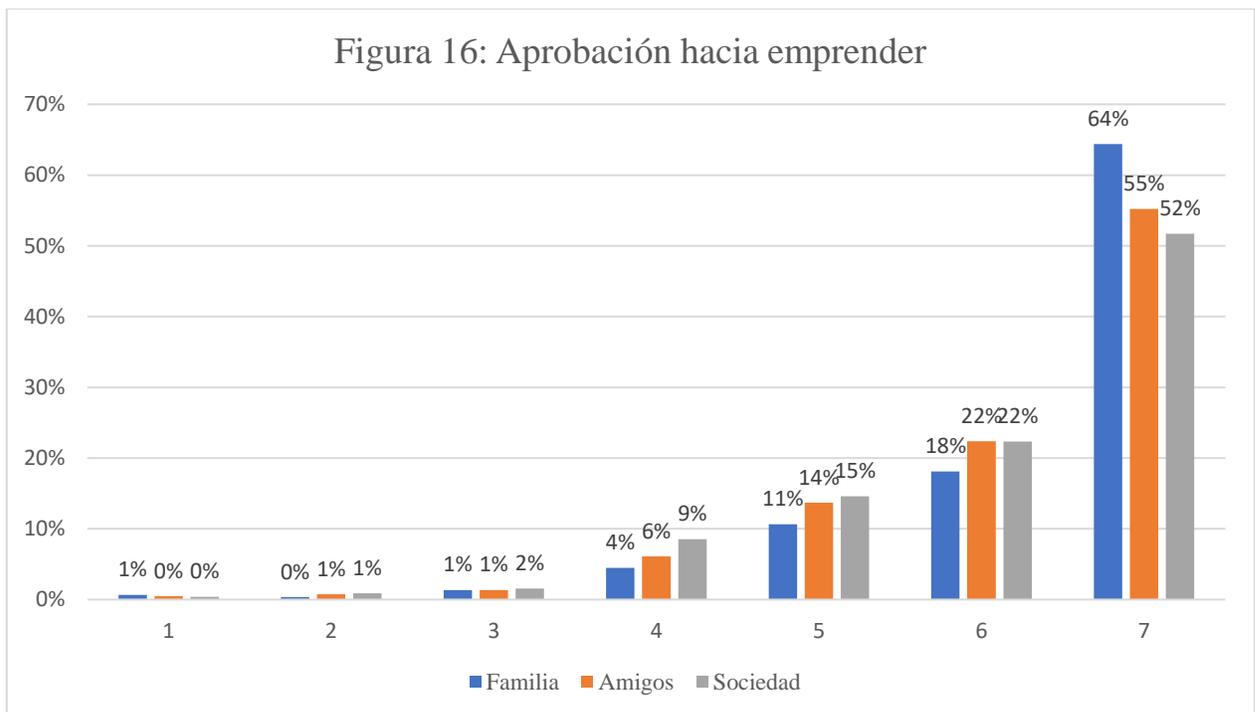
**18. PERSPECTIVA HACIA EMPRENDER**

Se puede observar que, entre varias opciones, 71,5% de los estudiantes prefieren ser emprendedores. Adicionalmente, un 89% de ellos comenzarían una empresa si tuvieran las oportunidades y los recursos (ver Figura 15).



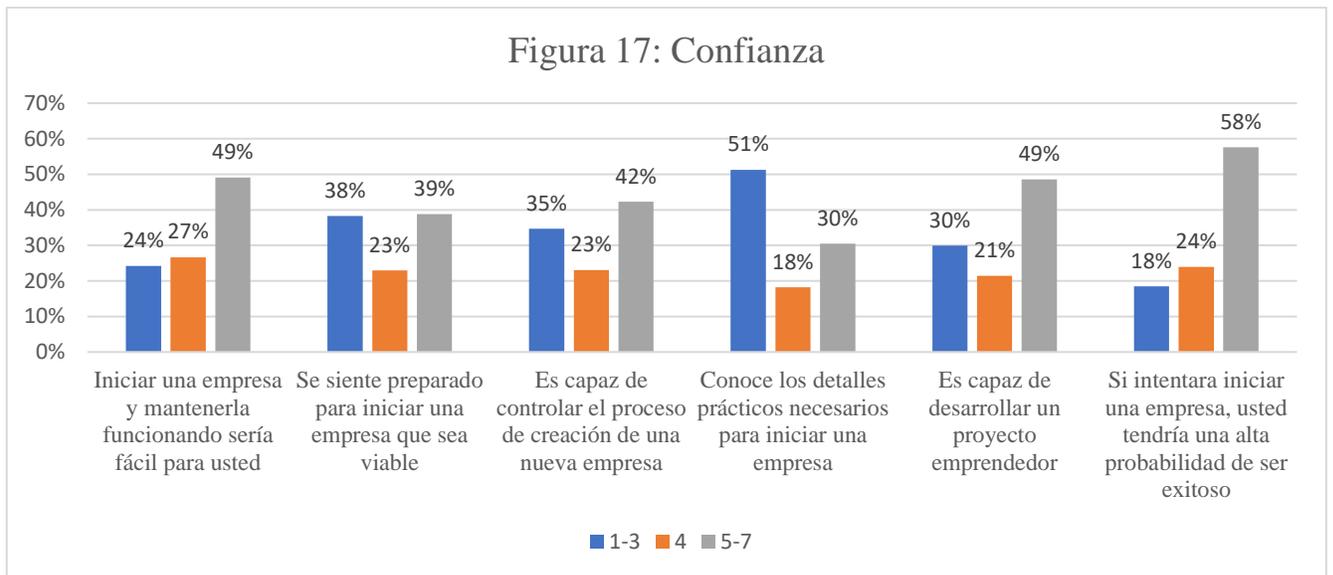
## 19. APROBACIÓN EN CREACIÓN DE EMPRESA

Este apartado nos remite a la Figura 16, donde se pregunta acerca de la aprobación en creación de empresa por parte de la familia, los amigos y la sociedad. Se puede apreciar que la familia es la esfera que más aprueba la iniciativa, seguida por los amigos y la sociedad, con un porcentaje de 64%, 55% y 52% respectivamente.



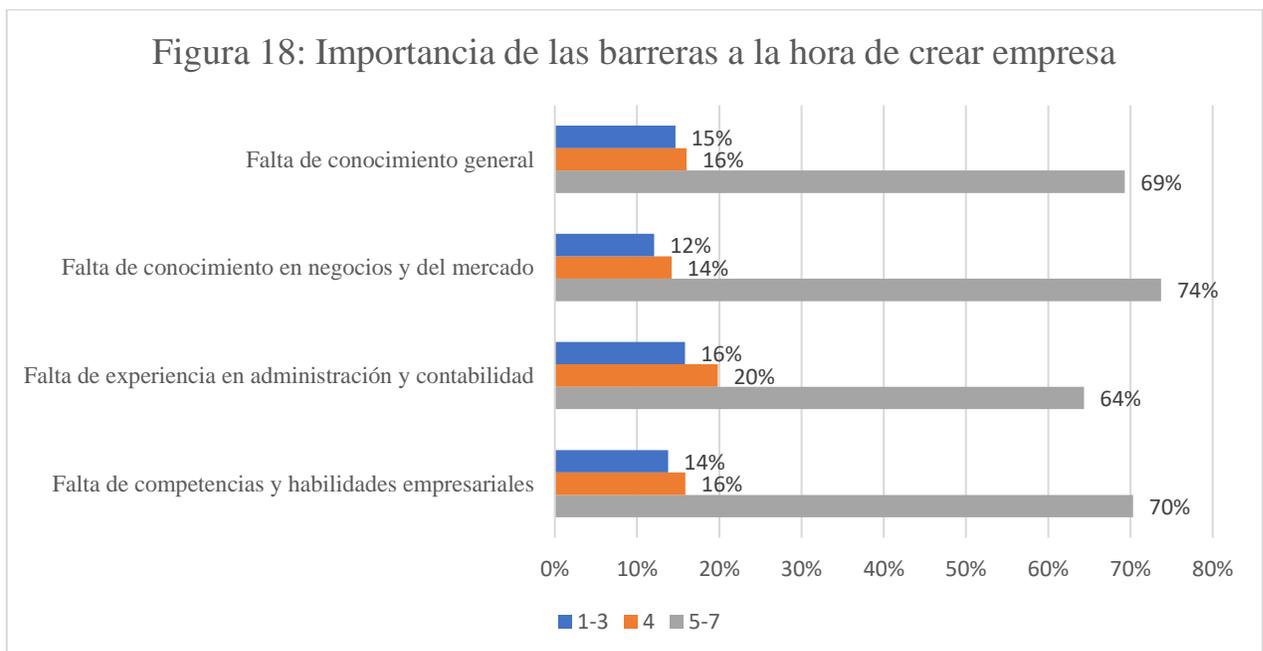
## 20. AUTOCONFIANZA

La confianza que tienen los encuestados en cuanto al desarrollo de un proyecto emprendedor y la posibilidad de éxito son favorables, así respectivamente, 49% y 58% de los encuestados dieron una calificación máxima entre 5 y 7. Sin embargo, hay un contraste en el conocimiento de los detalles prácticos para iniciar una empresa, donde el 51% de los encuestados calificaron en el rango más bajo de 1 a 3 (ver Figura 17).



## 21. BARRERAS EN LA CREACIÓN DE EMPRESA

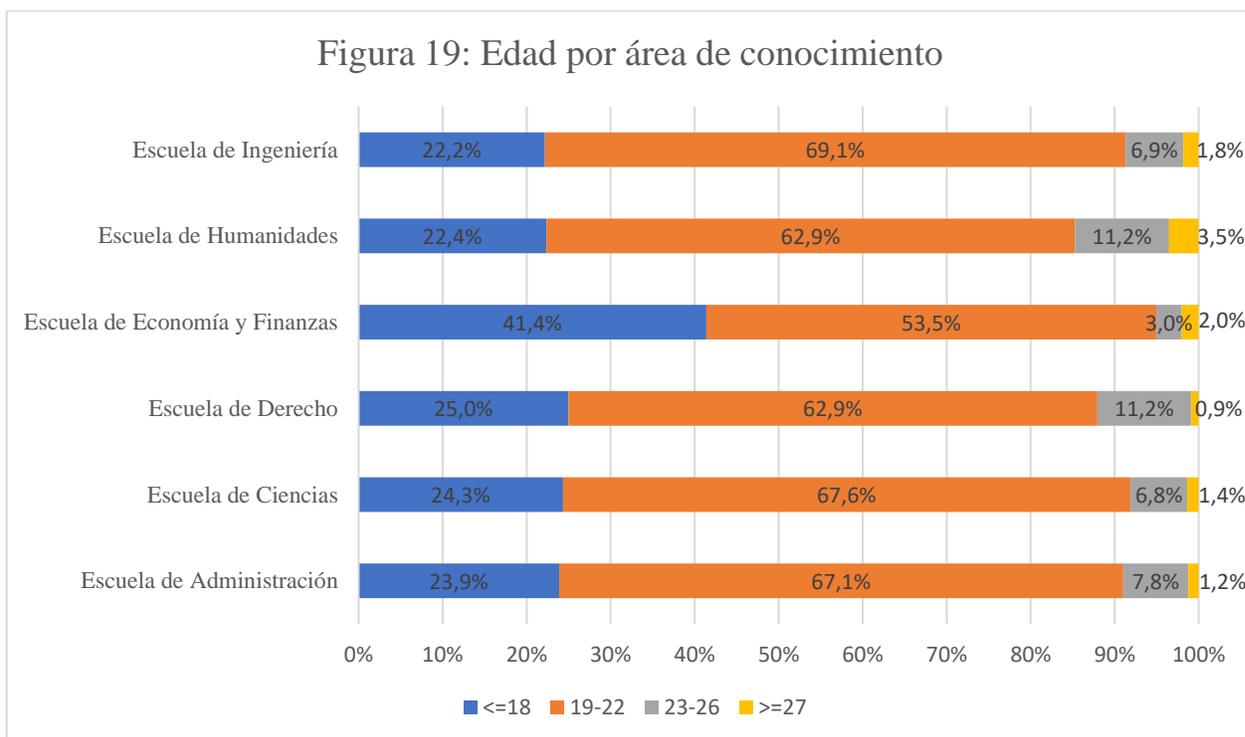
En general, los encuestados califican las barreras como importantes en la creación de empresa, lo que sugiere que son conscientes de la necesidad de conocimiento y experiencias. Así, más del 60% de los estudiantes valoran estas barreras en un rango de 5 a 7 (ver Figura 18).



## 22. EDAD POR ÁREA DE CONOCIMIENTO

Los estudiantes con edades comprendidas entre los 19 y 22 años representan la mayor parte de la población para todas las escuelas.

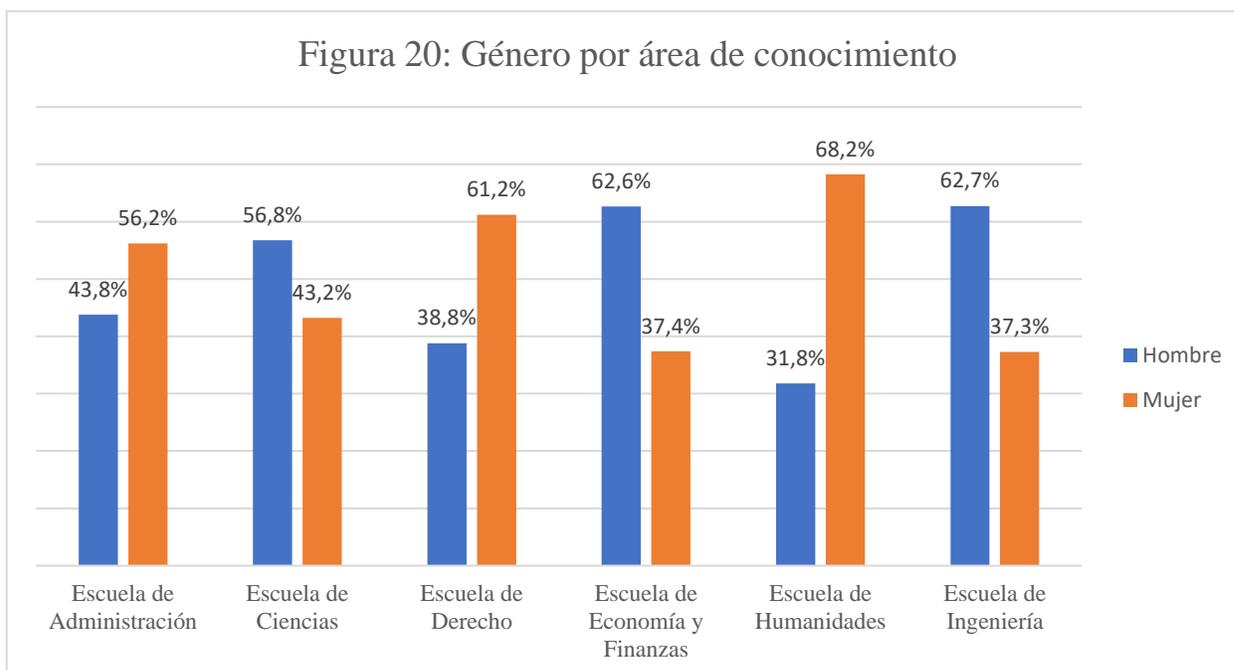
La Escuela de Economía y Finanzas tiene la mayor participación de estudiantes con una edad de 18 años e inferiores (41,4%) tal y como se muestra en la Figura 19.



## 23. GÉNERO POR ÁREA DE CONOCIMIENTO

La Escuela de Humanidades, en comparación con las demás escuelas, tiene mayor participación femenina (68,2%), seguida de la Escuela de Derecho (61,2%) y la Escuela de Administración (56,2%).

Respecto a la participación masculina, se tiene que la Escuela de Ingeniería es la más representativa, con un porcentaje de 62,7%, seguida de la Escuela de Economía y Finanzas (62,6%) y la Escuela de Ciencias (56,8%) (ver Figura 20).

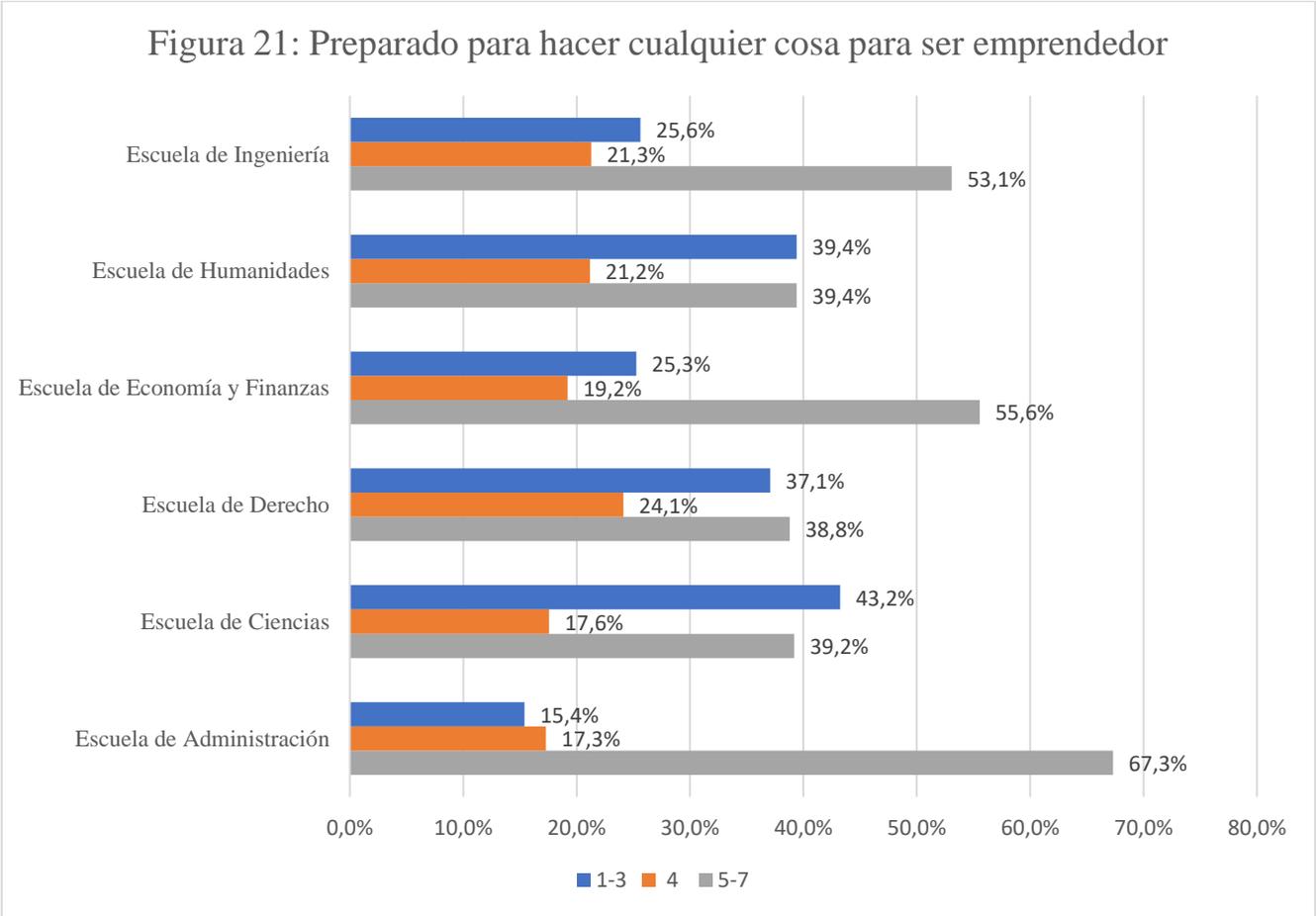


## 24. INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR ÁREA DE CONOCIMIENTO

A continuación, se presenta cada una de las preguntas del constructo de intención emprendedora teniendo en cuenta el área de conocimiento. Con respecto a la pregunta si se considera preparado para hacer cualquier cosa para ser emprendedor, los resultados muestran que la Escuela de Administración está muy de acuerdo con esta afirmación, pues más del 60% de los encuestados tienen una valoración igual o superior a 5.

Escuelas como la de Ingeniería y de Economía y Finanzas también muestran resultados favorables con más del 50% de los encuestados dando una calificación superior a 5. Por otro lado, los resultados más bajos son observados en la Escuela de Ciencias, donde aproximadamente el 43%

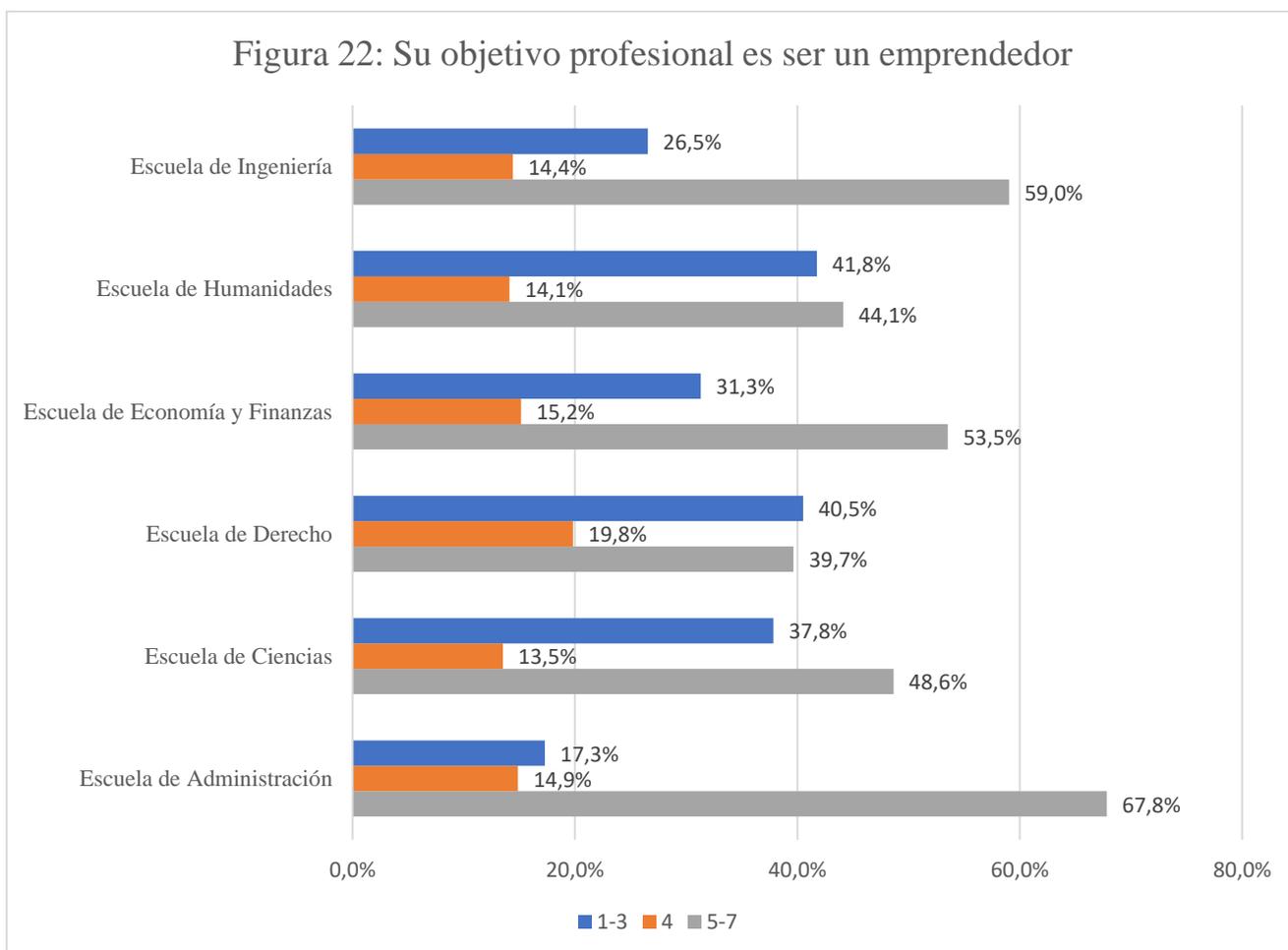
de los estudiantes están en total desacuerdo sobre estar preparados en hacer cualquier cosa por ser emprendedores (ver Figura 21).



Similar a lo que vimos en el ítem anterior, la Escuela de Administración presenta una elevada participación de estudiantes cuyo objetivo profesional es ser emprendedor (67,8%), como se muestra en la Figura 22.

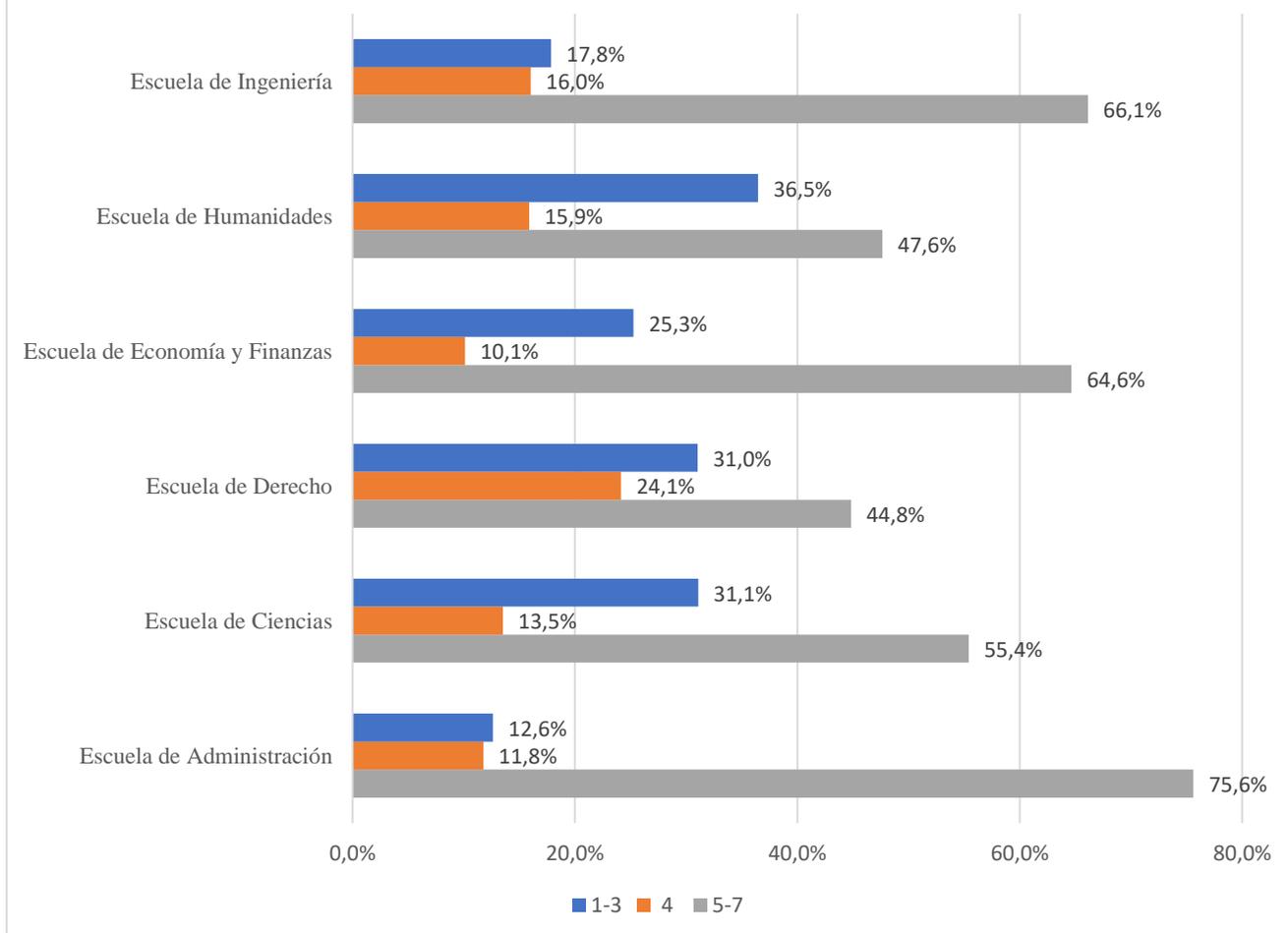
Cabe resaltar que cerca del 42% y 40% de los estudiantes de las escuelas de Humanidades y Derecho respectivamente, tienen como objetivo profesional actividades diferentes a las de ser un emprendedor.

Figura 22: Su objetivo profesional es ser un emprendedor



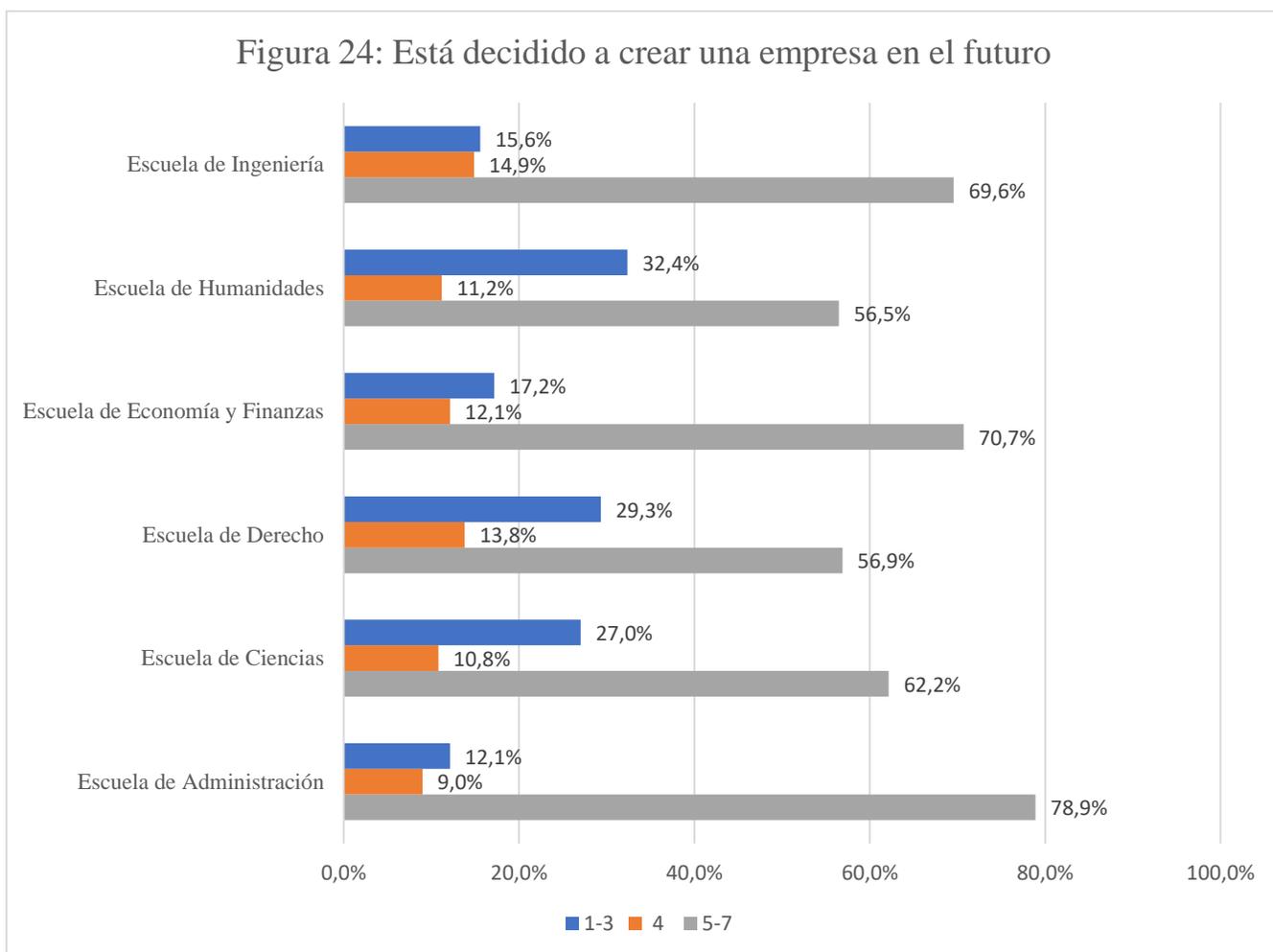
En la Figura 23, 75,6% de los estudiantes de la Escuela de Administración dieron una valoración superior a 5. La Escuela de Ingeniería y la Escuela de Economía y Finanzas, por su parte, tenían una participación del 66,1% y 64,6% respectivamente en la misma valoración.

Figura 23: Haría todo lo posible para iniciar y dirigir su propia empresa



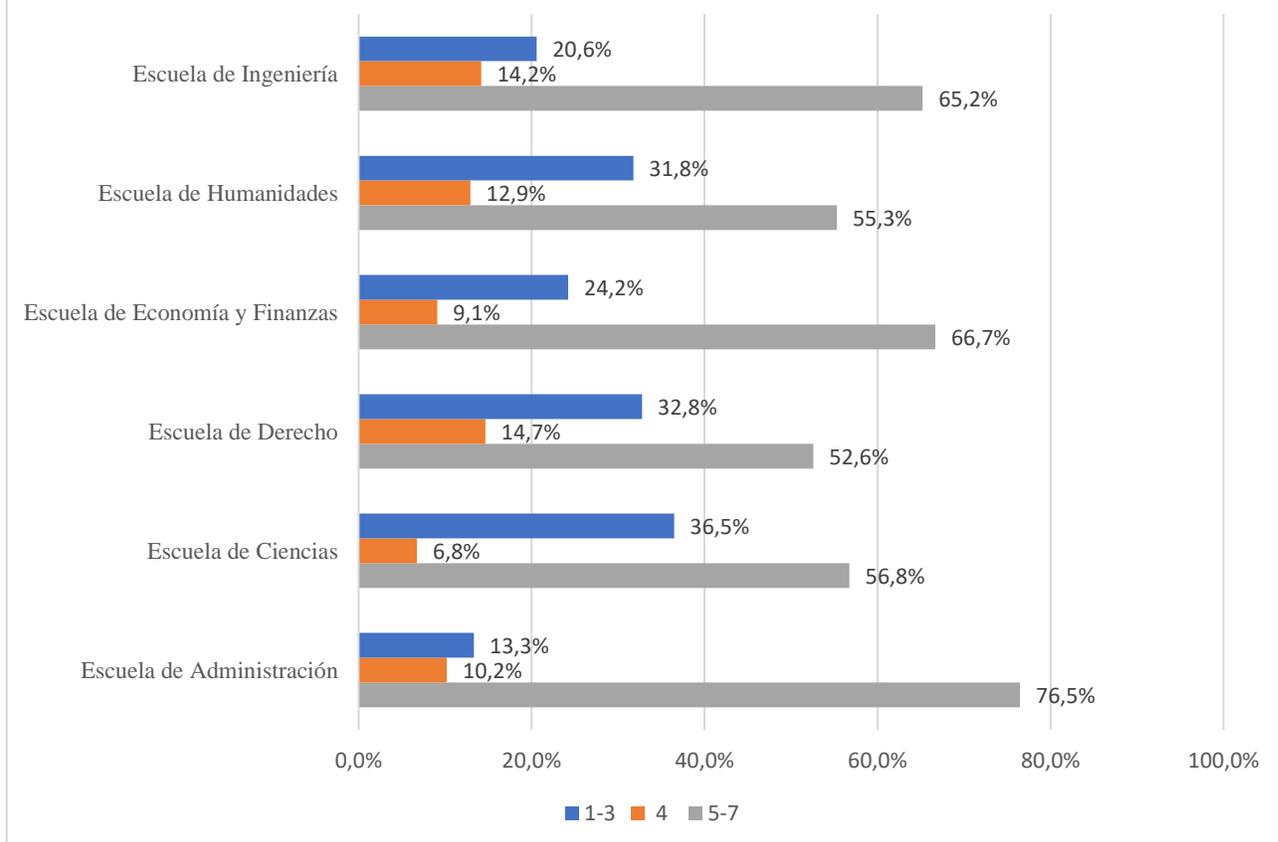
Se observa que la mayoría de los estudiantes de la Universidad están dispuestos a crear una empresa en el futuro (ver Figura 24). Al respecto, la Escuela de Administración y la Escuela de Economía y Finanzas muestran los niveles más elevados con porcentajes superiores al 78% y al 70%, respectivamente.

Figura 24: Está decidido a crear una empresa en el futuro



Siguiendo la misma trayectoria de los hallazgos anteriores, el 76,5% de los estudiantes de la Escuela de Administración consideran que iniciar una nueva empresa es una opción muy importante. Esta misma conclusión es seguida por la Escuela de Economía y Finanzas (66,7%) y la Escuela de Ingeniería (65,2%) tal como se muestra en la Figura 25.

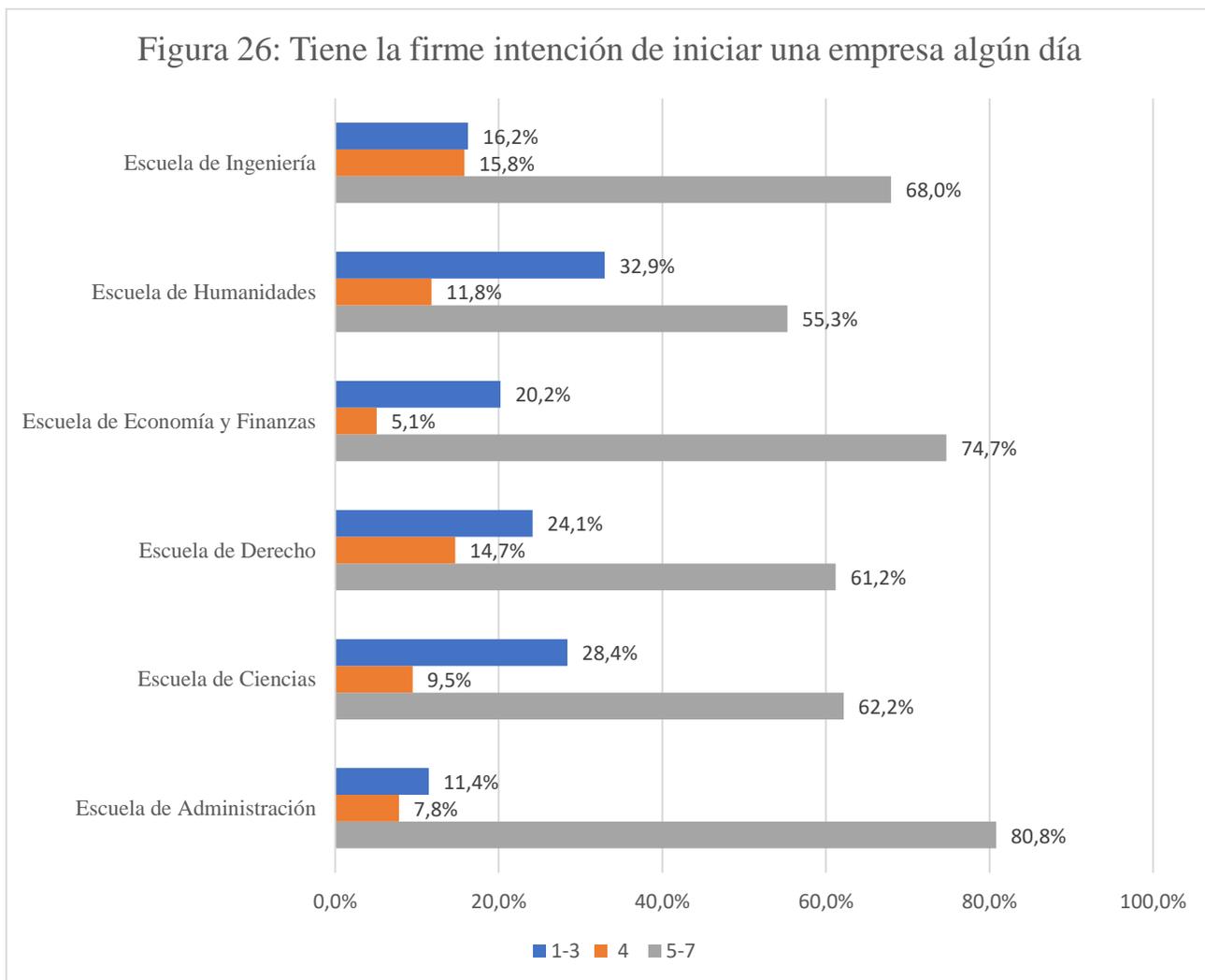
Figura 25: Ha pensado muy seriamente en iniciar una nueva empresa



Según la Figura 26, se puede concluir que gran parte de los estudiantes de todas las escuelas tienen una fuerte intención de iniciar una empresa en el futuro, pues más del 55% de los encuestados por cada escuela demuestran una valoración alta (5 a 7) sobre la afirmación.

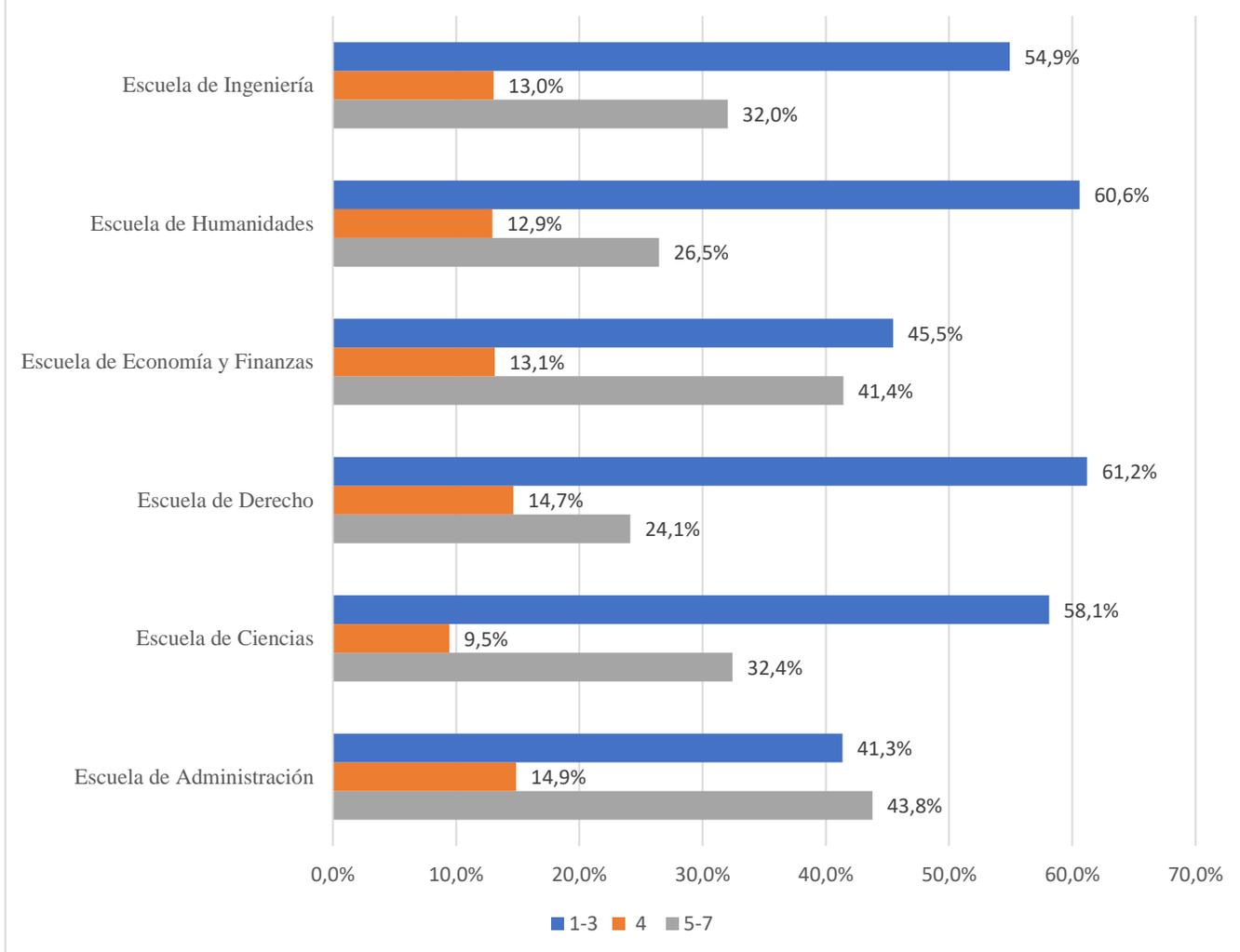
Nuevamente se destaca la Escuela de Administración con el porcentaje más alto de estudiantes dentro de esta valoración (80,8%), seguida por la Escuela de Economía y Finanzas y la Escuela de Ingeniería con un porcentaje de 74,7% y 68% respectivamente.

Figura 26: Tiene la firme intención de iniciar una empresa algún día



En general, los resultados indican que gran cantidad de estudiantes en todas las escuelas no están ahorrando para iniciar su propio negocio (ver Figura 27). Sin embargo, cerca del 44% de los estudiantes de la Escuela de Administración considera importante ahorrar dinero para iniciar su propio negocio.

Figura 27: Está ahorrando dinero para iniciar su propio negocio



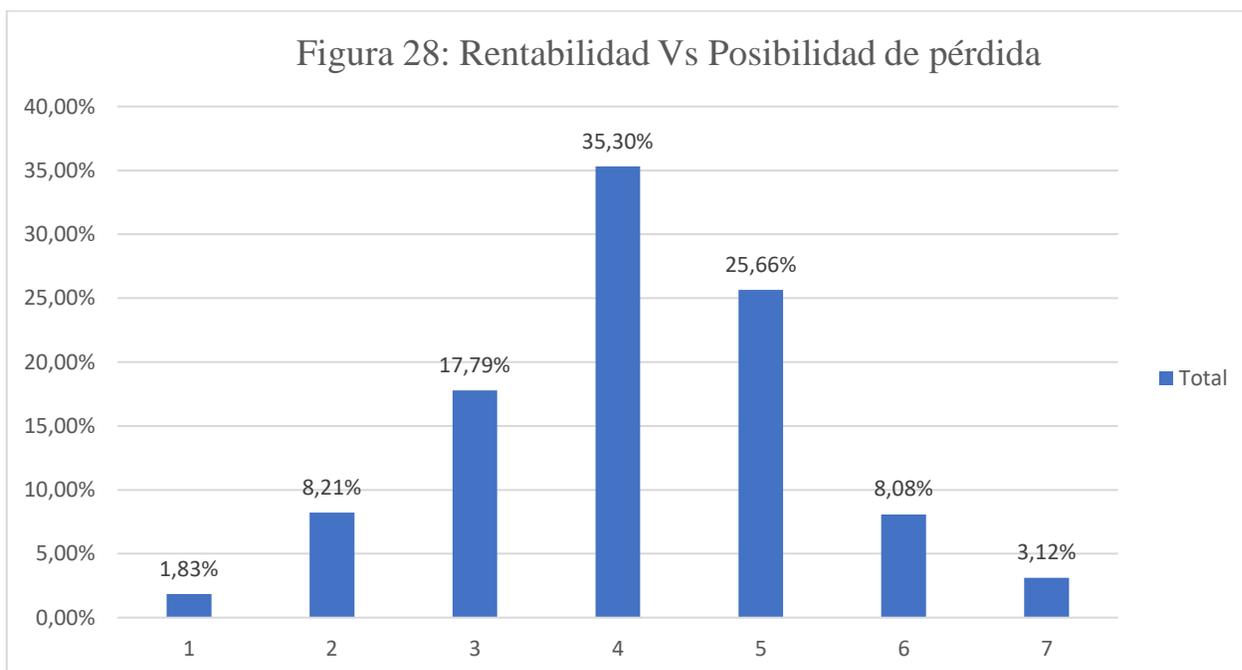
## 25. TOMA DE RIESGOS

Este constructo evalúa la toma de riesgos de los encuestados y la percepción que tienen sobre dicho asunto en diferentes situaciones.

En la Figura 28 se plantea una situación en la que el encuestado cuenta con 100 millones de pesos para crear una empresa. Esta inversión puede representar, en el primer año de operaciones,

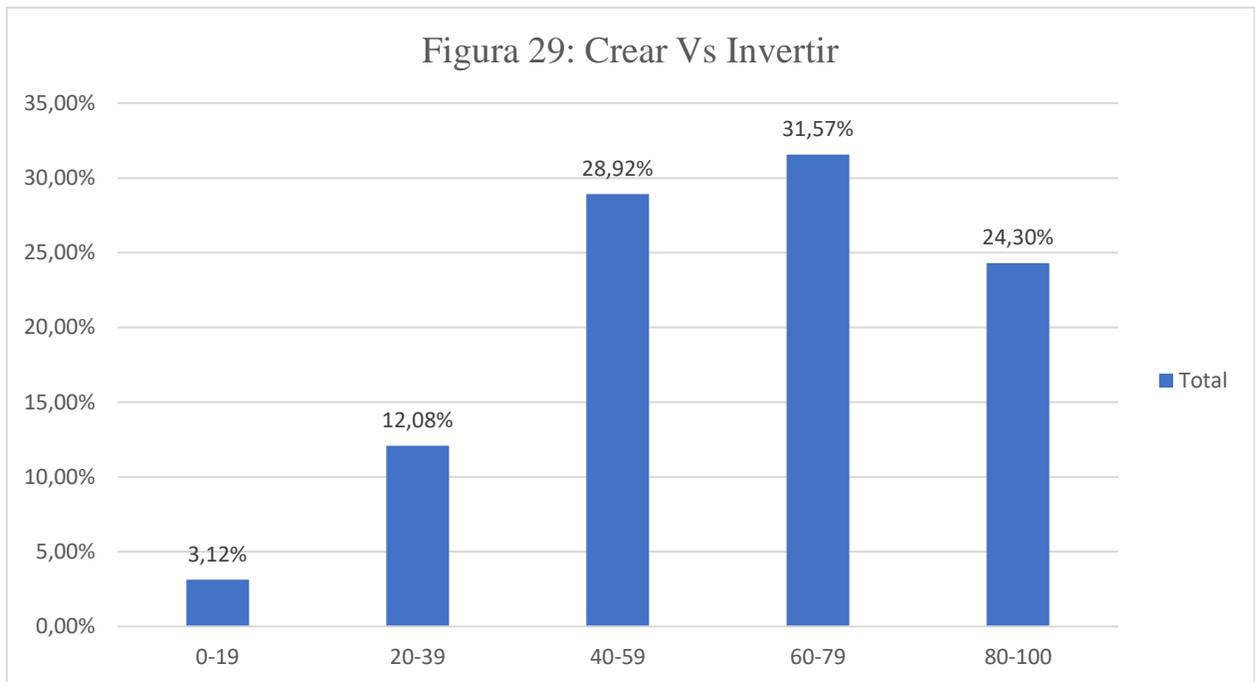
ganancias por 20 millones de pesos o pérdidas por 10 millones de pesos, con un 50% de probabilidad en cada alternativa en una escala de 1 a 7, siendo 1 sin riesgo y 7 de muy alto riesgo.

Podemos observar que el 35,30% de los estudiantes está en un punto medio en la evaluación de la decisión a emprender en esta situación. Mientras que el 36,86% de los encuestados dan una calificación de alto riesgo correspondiente al rango entre 5 y 7.



En la siguiente gráfica (Figura 29), se considera una situación en la que se puede invertir los 100 millones de pesos mencionados en la creación de la empresa o en una alternativa libre de riesgo con una rentabilidad garantizada del 3%.

Se hace referencia al porcentaje que los encuestados están dispuestos a invertir en la creación de la empresa, mostrando una favorabilidad para invertir en la creación de la misma, donde el 55,87% de los estudiantes considera viable invertir desde 60% a 100% de los recursos en esta actividad.

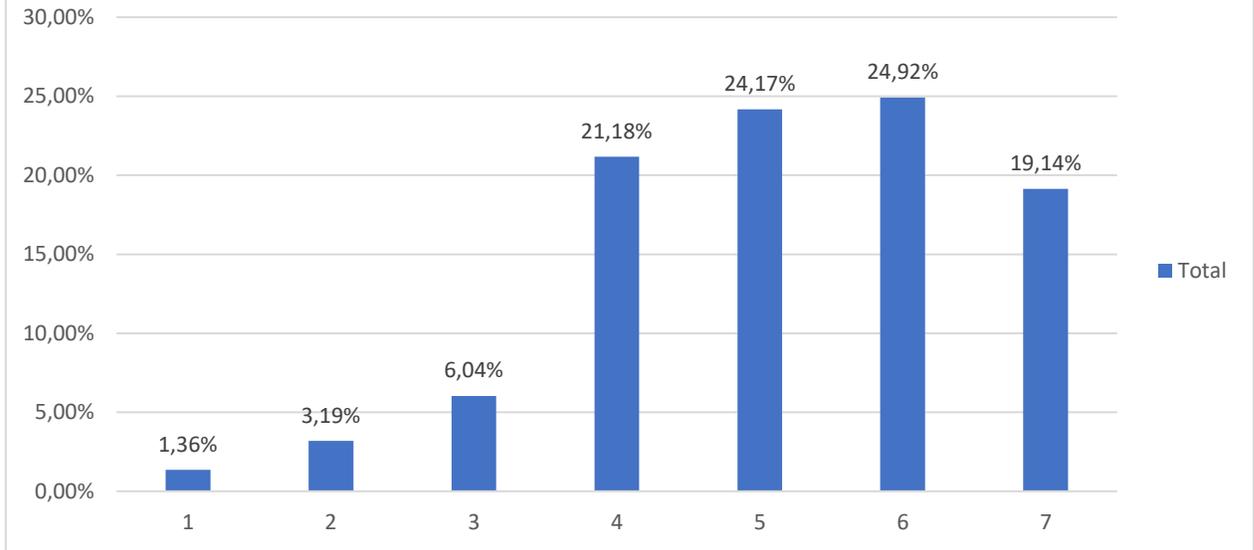


La siguiente situación, Figura 30, plantea nuevamente al encuestado unos recursos de 100 millones de pesos, los cuales son utilizados para crear una empresa, considerando que se puede duplicar la inversión o se puede perder todo con un 50% de probabilidad en cada alternativa.

Se pide una evaluación del riesgo de la decisión de emprender en una escala de 1 a 7, siendo 1 sin riesgo y 7 de muy alto riesgo.

Podemos concluir que se percibe esta decisión como muy riesgosa, demostrado por el alto porcentaje de estudiantes (89,41%) que calificaron este ítem en un rango de 4 a 7.

Figura 30: 50 - 50



## REFERENCIAS

- Acs, Z. J., & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.
- Audretsch, D. B., Falck, O., Feldman, M. P., & Heblich, S. (2012). Local entrepreneurship in context. *Regional Studies*, 46(3), 379–389.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720.
- Friis, C., Karlsson, C., & Paulsson, T. (2006). Relating entrepreneurship to economic growth. In *The emerging digital economy* (pp. 83–111). Springer.
- Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033–1051.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11–35.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final Report to OECD, Paris.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879.

World Economic Forum. (2014). The global competitiveness report 2013-2014. In Ginebra: World Economic Forum.