

# Dimensiones para el estudio de la intención emprendedora en jóvenes universitarios

## Dimensions for the study of entrepreneurial intention in young university students title in english

ZAMBRANO Vargas, Sandra M.<sup>1</sup>

ZAMBRANO Vargas, Yaneth.<sup>2</sup>

CHAVEZ Otálora, Alba M.<sup>3</sup>

### Resumen

Las intenciones emprendedoras representan la primera etapa del proceso emprendedor. Las universidades son responsables de la formación de sus estudiantes para garantizar el desarrollo socioeconómico de las regiones. El estudio permitió develar que las correlaciones más positivas se dan entre intención emprendedora contrastadas con las normas sociales, rasgos de personalidad, contexto universitario y formación en emprendimiento, lo que permite establecer que los factores personales, de interrelación y formación, marcan una tendencia importante en la intención y acción del futuro emprendedor.

**Palabras clave** Intención emprendedora, emprendimiento, dominios individuales, dominio contextual

### Abstract

Entrepreneurial intentions represent the first stage of the entrepreneurial process. Universities are responsible for the training of their students to guarantee the socioeconomic development of the regions. The study revealed that the most positive correlations occur between entrepreneurial intention contrasted with social norms, personality traits, university context and training in entrepreneurship, which allows establishing that personal factors, interrelation and training, mark an important trend in the intention and action of the future entrepreneur.

**key words** Entrepreneurial intention, entrepreneurship, individual domains, contextual domain, dimensions.

---

## 1. Introducción

La intención emprendedora tiene amplios matices y su campo de estudio sigue en crecimiento, en especial para estudiantes universitarios, bajo la premisa de que sobre los hombros de las universidades debe existir parte de la responsabilidad en la formación para la innovación y el emprendimiento, en la búsqueda de un crecimiento económico sostenido. Por tanto, son las instituciones de educación superior quienes tienen una

---

<sup>1</sup> Docente de administración de empresas de la UPTC de Tunja e investigadora del grupo de investigación IDEAS. sandra.zambrano01@uptc.edu.co

<sup>2</sup> Estudiante de maestría en administración de organizaciones. Integrante del grupo de investigación IDEAS. yaneth.zambrano01@uptc.edu.co

<sup>3</sup> Profesora investigadora del Grupo de Investigación para la Animación Cultural MUISUATA de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Doctora (c) en Ciencias de la Educación RUDECOLOMBIA. Magister en Administración, Universidad Nacional de Colombia. Contador Público, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. alba.chavez@uptc.edu.co

mayor obligación, sobre esa formación para emprender, con el fin de ampliar el espectro acerca de lo que se debería fomentar dentro y fuera de las aulas en cuanto al emprendimiento. Sin embargo, en la práctica se encuentra que aún hay mucho camino por recorrer en cuanto a la materialización de los emprendimientos y a la sostenibilidad de las empresas en el largo plazo. Desafortunadamente la mortalidad de dichas empresas en los primeros años es muy alta, lo que demuestra fallas atribuibles a diferentes variables como pueden ser falta de formación de los emprendedores, bajo acceso a recursos, uso asimétrico de la información de contexto, bajo desarrollo en habilidades gerenciales. Todas estas fallas se convierten, por tanto, en motivo de preocupación para los gobiernos debido a la disminución de la masa empresarial y en una responsabilidad para las instituciones de educación superior quienes deberían de forma dinámica proporcionar condiciones para motivar a los estudiantes hacia los emprendimientos y lograr resultados tangibles con ideas de negocio que funcionen en el largo plazo.

De esta forma, el análisis de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios se convierte en un primer ejercicio que le permita a una institución saber si sus estudiantes son proclives a comenzar un negocio, dándole luces sobre la forma como se debiera manejar la formación para emprender desde la cultura emprendedora y no solo desde la formulación de un plan de negocio. Para ello, el presente trabajo de investigación se plantea el identificar las dimensiones que contribuyen en la formación de la intención emprendedora en los jóvenes que estudian su pregrado, permitiendo a las instituciones definir puntos clave en la formación académica de los estudiantes hacia el emprendimiento.

---

## 2. Referentes teóricos

### 2.1. La intención emprendedora

Liñan y Chen (2009) afirman que el espíritu empresarial es un proceso que evoluciona en el tiempo, de esta forma, las intenciones serían el primer paso en este proceso y se consideran como el mejor predictor del comportamiento empresarial, los cuales también se verían afectados por aspectos externos como las necesidades, los valores, los deseos, las creencias y los hábitos de los individuos. Bird (1988) también estudió la intención emprendedora afirmando que “la intencionalidad es el marco más amplio que incluye no solo el establecimiento de objetivos, sino también un mayor grado de libertad y creatividad ampliada para el empresario” (p.443). En su modelo Bird considera dos variables, en primer lugar, la alineación que no es más que la configuración de las partes bajo un solo propósito, y la sintonización que es la disposición para dar y recibir información y requiere vigilancia y capacidad para aprender de los errores. Por su parte, Schlaegel y Koenig (2014) hacen una revisión acerca de los factores que más influyen en la intención emprendedora, los hallazgos recomiendan para futuras investigaciones comprender de mejor forma la importancia del contexto institucional formal (leyes, regulaciones y políticas) y del contexto institucional informal (normas y valores culturales), debido a que hasta el momento con los modelos aplicados se observa la necesidad de incluir estos factores. En el mismo sentido, Alemany y Urriolagoitia (2014) afirman que “la definición de iniciativa emprendedora ha cambiado con el tiempo, y no existe una única definición aceptada por el mundo académico” (p. 101) lo que impide que en cierta manera las investigaciones no se encaminen de la mejor manera en determinar la realidad conforme con el contexto que las rodea.

Fini, Grimaldi, Marzocchi y Sobrero (2009), definen las intenciones empresariales como “una representación cognitiva de las acciones que deben implementar los individuos para establecer nuevas empresas independientes o para crear un nuevo valor dentro de las empresas existentes” (p. 4). En su modelo propuesto identifican dos categorías, en primer lugar, se definen los dominios individuales que incluyen a su vez los datos demográficos, los rasgos personales, las características psicológicas, las habilidades individuales y

conocimientos previos y la red de individuos y vínculos sociales; en segundo lugar, se definen los dominios contextuales que incluyen el apoyo ambiental y la influencia ambiental.

Sin embargo, debe comprenderse que la intención emprendedora se puede ver afectada por las direcciones que le sean dadas dentro de las universidades, puesto que, al identificar sus habilidades y competencias, favorecen la creación de empresas como vocación profesional, o definitivamente la decisión de desarrollar una actitud emprendedora (Soria, Zuñiga y Ruiz, 2016).

## 2.2. Dimensiones para el análisis de la intención emprendedora

Debido a que la intención emprendedora es un campo de conocimiento en formación, se han realizado múltiples estudios en donde los investigadores han definido diversas dimensiones para poder encontrar correlaciones y así contar con evidencia verificable sobre lo que significa la intención emprendedora en la consolidación de futuros emprendimientos para los jóvenes universitarios. En la tabla 1 se muestran algunos de estos estudios empíricos, en donde se resaltan las dimensiones utilizadas y los principales resultados encontrados.

**Tabla 1**  
Dimensiones para el estudio de la intención emprendedora en universitarios

| Autor (año)                           | Dimensiones propuestas   | Principales hallazgos   |
|---------------------------------------|--|---|
| Maluk (2014)                          | Valoración cercana, habilidades, valoración social, atracción profesional, norma social subjetiva, control conductual percibido, intención emprendedora.   | Las variables mediadoras más importantes de la intención emprendedora son la atracción personal por ser empresario y el control conductual percibido.   |
| Duran y Arias (2015)                  | Intención emprendedora, variables cognitivas (autoeficacia emprendedora, actitud emprendedora, estilo emocional) y variables socio personales (Sexo, experiencia laboral, trabajar actualmente, tener una empresa familiar, vivir con los padres o no).  | Mediante la combinación de factores cognitivos y socio-personales se encontró que existe una relación positiva entre la intención emprendedora y la autoeficacia emprendedora, así como con el hecho de trabajar y tener experiencia laboral.   |
| Medina, Bolívar y Lemes (2014)        | Intención emprendedora, actitud personal, normas subjetivas, control del comportamiento percibido.   | Es necesario seguir indagando sobre la relación entre la intención emprendedora y el comportamiento empresarial de forma conjunta.  |
| Arteaga, Mexicano y González (2016)   | Autoestima, compromiso en tareas, creatividad, iniciativa, innovación, liderazgo, necesidad de logro, perseverancia, resolución de problemas y riesgo  | Las variables que más influyen en la intención emprendedora son la creatividad, la perseverancia y el riesgo.   |
| Tarapuez, García y Castellano (2018). | Intención emprendedora, variables sociodemográficas, motivos de otros, motivos propios, recursos.  | Se encontró que los aspectos socioeconómicos que más influyen en la intención empresarial de los estudiantes universitarios son el “tipo de universidad” y “tener un amigo empresario”, además se ve más intención emprendedora en los estudiantes de mayor edad, que estudian en las universidades privadas y que cuentan con experiencia laboral.   |
| Aleman y Urriolagoitia (2014)         | Características personales: la actitud hacia el riesgo, el no tener miedo al fracaso, el locus de control interno y la creatividad.<br>Percepción social: la percepción de oportunidades, la confianza en las capacidades y conocimiento que uno tiene a la hora de emprender y la imagen que la sociedad tiene del emprendedor. | “La principal barrera a emprender, identificada por los jóvenes, es la falta de ayudas económicas. Sin embargo, la inseguridad, la falta de información y la falta de formación y educación también son importantes para la juventud” (p.117).<br>“La educación en iniciativa emprendedora es necesaria para poder potenciar las características del emprendedor, así como para dotar a los jóvenes de las herramientas y del conocimiento necesarios para poner en marcha un nuevo negocio” (p.117). |

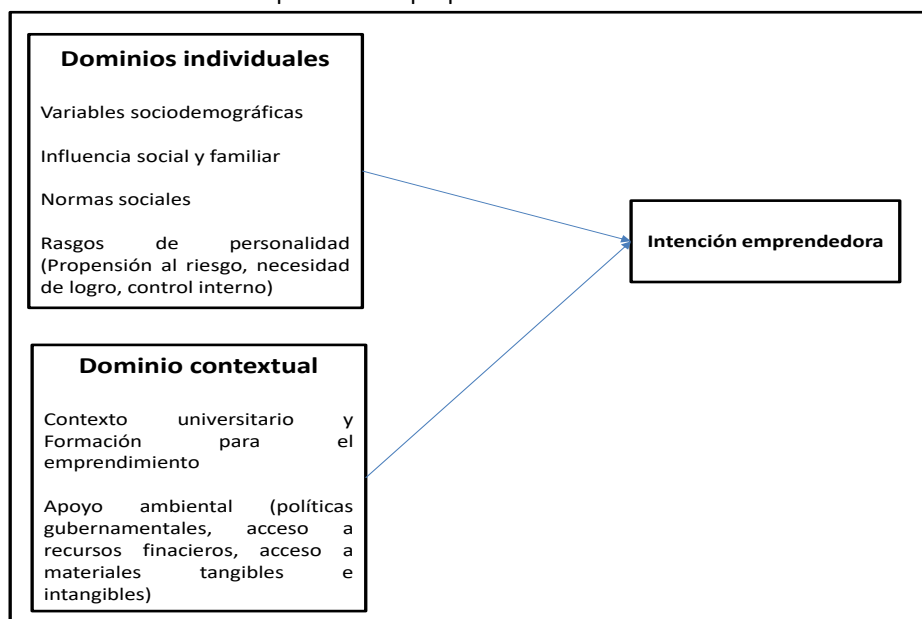
| Autor (año)              | Dimensiones propuestas   | Principales hallazgos   |
|--------------------------|--|---|
| Soria et al. (2016)      | Intención emprendedora, autoeficacia, aversión al riesgo, control interno.   | Se encontró que la variable de mayor implicancia para la iniciativa emprendedora es la aversión al riesgo, mientras que la formación en emprendimiento puede ayudar a mejorar la autoeficacia aunque de forma limitada, se propone una formación que mejore la seguridad del individuo. |
| Osorio y Londoño (2015). | Intención emprendedora, actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y percepción de control del comportamiento. | Se encuentra que, en la muestra analizada, la intención emprendedora puede ser explicada por las actitudes personales y la percepción de control del comportamiento.  |
| Espíritu (2011)          | Aspectos personales y académicos, aspectos familiares, espíritu emprendedor, valores y rasgos de personalidad.         | El mayor espíritu empresarial se desarrolla en personas con un referente familiar, así mismo la actitud de ser empresario al comienzo de la carrera decae con el transcurso de la misma.  |

Fuente: Elaboración propia con base en los autores citados

### 2.3. Modelo teórico propuesto para la presente investigación

En la figura 1 se hace un bosquejo de la forma como se aborda en este trabajo.

**Figura 1**  
Modelo para la definición de la intención emprendedora propuesto en este estudio.



Fuente: Elaboración propia a partir de Fini et, al. (2009); Soria et, al. (2016) y Tarapuez et al. (2018).

Tal como lo proponen Fini et al. (2009), los autores han agrupado los factores que influyen en la intención emprendedora en dos grandes grupos que son los dominios individuales y el dominio contextual. Para el presente estudio se asumen siete dimensiones que se encuentran clasificadas dentro de esos dos grupos, tal como se detalla en el siguiente apartado.

#### Dominios Individuales

1. Variables sociodemográficas: Según Espíritu (2011) los rasgos sociodemográficos “son todos aquellos hechos reales de los individuos que son perfectamente verificables, tales como edad, género, ámbito en el que se han

desarrollado, experiencia de trabajo; cuyas características son un instrumento útil para medir las diferencias individuales” (p.51).

2. Influencia familiar y social: La existencia de lazos sociales y la pertenencia de los individuos a grupos, también puede influir la intención para emprender. De igual forma se ha encontrado cierta relación positiva sobre la influencia de padres y amigos, ya que el ejemplo resulta un motivador para crear un negocio propio (Tarapuez, 2015).

3. Normas sociales: están relacionadas con las diferentes presiones o con el control social que puede llegar a percibir una persona y que la lleva a manifestar o no un determinado comportamiento. Es decir que mide las percepciones de lo que pueden pensar las personas importantes para la vida de un emprendedor acerca de la decisión de crear una empresa (Tarapuez, 2015).

4. Rasgos de personalidad: Estos rasgos han sido ampliamente estudiados en las diversas investigaciones, sin embargo, en los resultados no se observa que pueda predecir claramente el espíritu empresarial, sin embargo, Fini et al. (2009) comentan que el exceso de confianza, el optimismo, la tenacidad y la pasión pueden tener influencia en la intención emprendedora. En esta variable se tienen en cuenta tres características:

- Propensión al riesgo: La predisposición al riesgo depende en gran medida de la etapa de la vida en la que nos encontremos, pues es diferente cuando somos jóvenes y no tenemos una familia a una etapa en donde ya tengamos una y además hayamos logrado experiencia en ciertos espacios. Para Espiritu (2011) “los emprendedores no pueden evitar el riesgo, puesto que es una característica intrínseca de la creación de un nuevo negocio. No obstante, no suelen ser temerarios imprudentes, sino que calculan cuidadosamente los riesgos que van a asumir” (p.102).
- Necesidad de logro: “Esta característica se ha relacionado con la probabilidad de convertirse en fundadores y de estar motivados para alcanzar el éxito. Es una actuación individual mediante la cual se adquieren unas cualidades o características determinadas” (Espiritu, 2011, p.97).
- Control interno: Esta es una cualidad fundamental para ser emprendedor, dado que se requiere que las personas tengan control sobre sus decisiones para llegar a lograr sus objetivos (Espiritu, 2011).

### **Dominio contextual**

1. Contexto universitario y formación para el emprendimiento: autores como Lima, Lopes, Nassif y Da Silva (2012) afirman la importancia de la enseñanza del emprendimiento en las universidades. Además, el contexto universitario, es decir, el ambiente que existe en la misma acerca de la enseñanza y promoción del emprendimiento en los estudiantes, también los ayuda a motivarse para comenzar ideas de negocio. En cuanto a la formación para el emprendimiento, la mayoría de los autores coinciden en la existencia de una relación positiva entre recibir esta formación y el incremento de la iniciativa emprendedora.

2. Apoyo ambiental: Se refiere a las condiciones que existen para que los emprendimientos se lleven a la realidad, como son las políticas gubernamentales, la existencia de una infraestructura en apoyo a la formalización de nuevas empresas, el acceso a financiamiento, las características del contexto, entre otros.

### **Intención emprendedora**

Esta última variable que se pretende medir en el estudio, se constituye en el aspecto central y objetivo de este trabajo ya que las intenciones tienen la capacidad de predecir el comportamiento de las personas y los resultados organizacionales, convirtiéndose en un tema de alta relevancia para la disciplina de la administración.

### 3. Metodología

Para la presente investigación se usa un cuestionario que consta de 47 elementos distribuidos en 6 dimensiones, las cuales son el resultado de la revisión bibliográfica, el cual en parte se construyó a partir de los instrumentos propuestos por Tarapuez (2015), Duran y Arias (2015) y Fini et al. (2009). Para las dimensiones “variables sociodemográficas” e “Influencia familiar y social” se diseñaron preguntas cerradas y para las otras cuatro variables se hacen afirmaciones que se miden con una escala Likert de 5 puntos (1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Indiferente, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo). A continuación, se muestra el resumen de las variables por dimensión y las hipótesis propuestas.

**Tabla 2**  
Resumen de dimensiones propuestas para definir  
la intención emprendedora e hipótesis del estudio

| Dimensiones (autores)   | Variables   | Hipótesis propuestas   |
|---|---|--|
| Variables socio demográficas<br>Duran y Arias (2015)  | Edad, estrato socio económico, género, semestre que cursa, jornada dedicación actual, estado civil, hijos   | Hip 1. Existe una relación positiva entre las variables sociodemográficas y la intención de emprender en los estudiantes universitarios.   |
| Influencia familiar y social<br>Tarapuez (2015), Fini et al. (2009)                                 | Formación académica de la madre, ocupación de la madre, formación académica del padre, ocupación del padre, familiares empresarios, amigos empresarios, apoyo de la familia, apoyo de amigos  | Hip 2. Existe una relación positiva entre la influencia familiar y social y la intención de emprender en los estudiantes universitarios.   |
| Normas sociales<br>Tarapuez (2015), Fini et al. (2009)  | Admiración a empresarios<br>Estatus y reconocimiento<br>Empresario vs empleado  | Hip 3. Existe una relación positiva entre las normas sociales que tienen los estudiantes universitarios y su intención de emprender.   |
| Rasgos de personalidad<br>Soria et al. (2016)<br>Espíritu (2011)                                    | Propensión al riesgo:<br>Adaptabilidad a dificultades<br>Inversión de ahorros<br>Arriesgados y exitosos<br>Pensamiento en riesgos<br>Necesidad de logro:<br>Esfuerzo y ser mejor<br>Orgullo por resultados<br>Metas claras y alcanzarlas<br>Control interno:<br>Aprender de los errores<br>Planear actividades<br>Autonomía en decisiones | Hip 4. Los rasgos de personalidad influyen de forma positiva la intención de emprender en los estudiantes universitarios.  |
| Contexto universitario y Formación para el emprendimiento<br>Lima et al. (2012)                     | Universidad<br>Curso de emprendimiento<br>Actividades para emprender<br>Ser administrador de empresas<br>Escogencia de la universidad<br>Carrera forma emprendedor<br>Clima para emprender<br>Incentivo al emprendimiento<br>Asignaturas para emprender   | Hip 5. El contexto universitario y la formación para el emprendimiento son fundamentales e influyen de manera positiva con la intención para emprender de los estudiantes universitarios |
| Intención emprendedora<br>Tarapuez (2015), Fini et al. (2009), Soria et al. (2016), Espíritu (2011) | Proyección al terminar la carrera, ha emprendido negocio ideas para emprender, propia empresa y jefe, confío en mí para emprender, equilibrio laboral y familiar, emprender menos de 5 años, tener mi propia empresa, oportunidades de negocio  |  |

Fuente: Elaboración propia

### 3.1. Población y muestra

El cuestionario fue aplicado a una muestra de estudiantes de administración de empresas de una universidad privada y una universidad pública de Tunja, Colombia. Para obtener los valores de P y Q se hizo una muestra piloto de 30 estudiantes a quienes se les hizo tres preguntas, pero específicamente se les preguntó ¿Dentro de su proyecto de vida tiene pensado tener su propia empresa una vez terminados sus estudios?, de los entrevistados 8 respondieron afirmativamente y 22 negativamente, de esta forma se obtienen los valores de P y Q. En la tabla 3 se detalla la población y la muestra que se obtiene a partir del cálculo del tamaño de la muestra estadístico:

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

$$P=0,27 \quad Q=0,73 \quad e=0,05 \quad Z_{\alpha/2}=1,96 \quad N=1169 \quad n=245$$

**Tabla 3**  
Definición de la población y muestra.

| Universidad         | Población | Tamaño proporcional de la muestra |
|---------------------|-----------|-----------------------------------|
| Universidad privada | 270       | 57                                |
| Universidad pública | 899       | 188                               |
| Total               | 1169      | 245                               |

Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Confiabilidad del instrumento

A través del uso del estadístico Alfa de Cronbach se mide la confiabilidad del instrumento usado y se encontró un valor de 0.812, lo que indica que el instrumento es bueno y que posee alta consistencia interna de todos sus elementos.

**Tabla 4**  
Resultado del análisis del Alfa de Cronbach

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,812             | 47         |

Fuente: Elaboración propia a partir del SPSS

## 4. Resultados

### 4.1. Análisis descriptivo

En la presente investigación, los estudiantes tienen una edad promedio de 21,9 años, el 56% corresponde a mujeres y el restante a hombres, en un alto porcentaje se encuentran en estrato socioeconómico 2 y 3, en un 90,6% son solteros, en un 51% los estudiantes solo estudia, en parte por la jornada diurna en la que les es difícil tener otra labor, mientras que el 43,7 % trabaja y estudia, lo que es muy común para aquellos que estudian en la noche, muchas veces tienen hijos y además es la forma de costear su carrera, el otro 6,3% restante afirma trabajar ocasionalmente. Se encontró además que no existe una relación positiva entre las variables sociodemográficas y la intención emprendedora, lo que refuerza los hallazgos de diversos autores quienes en sus estudios tampoco tuvieron indicios de que aspectos como la edad, o el género, o el estrato socioeconómico

tuvieran influencia sobre la motivación para emprender en estudiantes universitarios. Se hizo un análisis de Anova para conocer si existen diferencias entre las percepciones reales de hombres y mujeres acerca de lo que esperan hacer cuando terminen su carrera. Los resultados sugieren que no existen diferencias estadísticas, dado que el valor de significancia es mayor a 0,05.

Los padres y madres de los estudiantes encuestados tienen baja formación académica ya que poco más del 50% tienen primaria o secundaria y el porcentaje de quienes tienen pregrado está alrededor del 12%, con respecto a su ocupación es mayor la cantidad de asalariados, llevando a concluir que estos aspectos no influyen en la intención emprendedora de los estudiantes, resultados que son reforzados al no encontrarse correlación entre estos factores y dicha intención.

En la dimensión “normas sociales” se mide la percepción de los estudiantes frente al control social o a las presiones del ambiente sobre la idea de emprender un negocio. Se observa que sienten gran admiración por los empresarios (4,3), esto se puede deber a que en la mayoría de las asignaturas se habla mucho de casos de empresarios y se visitan empresas locales. Les gusta la posibilidad de ser empresarios en lugar de empleados (4,25) y de forma general se ve que para ellos no es tan importante la razón del estatus y reconocimiento (3,68) para ser empresario sino que las razones van más allá de ese aspecto.

Con referencia a la dimensión “Rasgos de personalidad”, en los resultados obtenidos se observa que los estudiantes en promedio aceptan tener una alta predisposición al riesgo, esto se puede deber a que por ser jóvenes, son más arriesgados, aunque ellos no piensen mucho en los riesgos (3,41), pero creen que son autónomos en tomar decisiones y planean sus actividades.

**En la dimensión “contexto universitario y formación para el emprendimiento”,** los estudiantes reconocen que la carrera de administración de empresas les permitirá ser emprendedores (4,66) y que el programa los forma como tal (4,16). En los otros aspectos como la reputación de la universidad para emprender y en general la formación para el emprendimiento, la percepción es más baja (3,6). Es importante resaltar que existen muchas dificultades dentro de los programas para la enseñanza del emprendimiento y que es necesario poner una mayor atención en la definición de una metodología para la enseñanza del emprendimiento.

En la variable “Cursó la materia de emprendimiento”, aproximadamente la mitad de los encuestados han tenido cursos de emprendimiento y eso puede reflejarse en la percepción positiva que tienen los estudiantes sobre la formación como emprendedores en la carrera de administración de empresas.

En la variable “ha realizado actividades de emprendimiento”, los resultados obtenidos pueden estar relacionados con los del ítem anterior, ya que se encontró que aquellos que no han estado inscritos en estas asignaturas, tampoco han participado en actividades de emprendimiento, lo que supone una falla de los programas ya que las actividades alrededor del emprendimiento se enfocan en los estudiantes inscritos en las materias y no en todos los de la carrera.

Con referencia a la dimensión “Intención emprendedora”, los resultados sugieren que en altísima proporción los estudiantes no han iniciado un negocio, esto es razonable debido a la etapa en la que se encuentran de formación universitaria. A la mayoría de ellos le gustaría tener su propia empresa (4,67), tienen confianza en sí mismos para emprender (4,44) lo que habla muy bien de la labor que se realiza desde los programas y lo más importante hay un enorme deseo de tener su propia empresa (4,42); sería importante poder concretar esas intenciones en acciones reales a partir de un apoyo decidido de las universidades y los gobiernos.



Ante la pregunta de ¿cómo se ve al final de su carrera?, los estudiantes en una alta proporción dicen que comenzando su propia empresa, lo que suena esperanzador para los propósitos del gobierno y las universidades en cuanto al fomento del emprendimiento para incentivar el desarrollo de las regiones. Sin embargo, es importante lograr concretar hechos reales a partir de un apoyo desde lo institucional.

#### **4.1. Análisis correlaciones**

El análisis de correlación entre variables tiene por objetivo definir la existencia de relación entre dos o más variables. El propósito del presente apartado es reconocer cuáles variables se encuentran más cercanas y permiten explicar el fenómeno estudiado.

##### **Correlación entre variables sociodemográficas y la intención emprendedora**

Es importante resaltar que no se encontraron correlaciones entre la edad, el género, el estrato socioeconómico, semestre que cursa, jornada, dedicación actual, estado civil y tener hijos con las de la intención emprendedora. Por ello se rechaza la hipótesis 1 que afirmaba la existencia de una relación positiva entre los rasgos sociodemográficos y la intención emprendedora.

De otro lado, las mejores correlaciones a un nivel de significancia de 0,01 se presentan cuando los estudiantes afirman tener ideas para emprender con la confianza que tienen en sí mismos y con el deseo de tener su propia empresa y ser su propio jefe. Tener su propia empresa también los motiva en el sentido de lograr un equilibrio laboral y familiar debido a la confianza que tienen de sus habilidades.

##### **Correlación entre variables Influencia familiar y social y la intención emprendedora**

Solamente se encontró correlación entre el apoyo de la familia y de los amigos para emprender, lo que muestra la importancia emocional para una persona de recibir acompañamiento de sus seres queridos. De igual forma se observa que cuando una persona cree que tiene el apoyo de su familia también considera que lo tiene de sus amigos, lo que lo confirma como alguien con autoestima y con confianza en sí mismo. Por otro lado, la formación y ocupación tanto del padre como de la madre no tiene influencia en la intención para emprender. Esto se puede deber en parte porque el perfil de los progenitores está más orientado a ser empleados o a tener negocios tal vez pequeños sin mucha proyección, lo que es reforzado por el bajo porcentaje de estudiantes que esperan heredar un negocio familiar. La hipótesis 2 solo puede ser confirmada en los aspectos de apoyo familiar y de amigos, demostrando la alta influencia de estas variables en la intención de los estudiantes, desde las otras variables la hipótesis es rechazada.

##### **Correlación entre variables normas sociales y la intención emprendedora**

Existe una buena correlación entre la dimensión “normas sociales” e “intención emprendedora”, en todas ellas se observa la admiración que los estudiantes le tienen a los empresarios y preferir ser empresario que empleado los motiva a emprender, esto se puede deber a que ha conocido casos de éxito en sus asignaturas y ha tenido la oportunidad de interactuar con empresarios. Sin embargo, se debe ser precavido en este punto, ya que además de mostrar los casos de éxito también se deben mostrar los casos de fracaso y conocer todos los retos y barreras que han tenido que enfrentar para que los estudiantes se hagan una idea más clara de lo que significa emprender y sostener una empresa. Lo anterior permite aceptar la hipótesis 3 que afirma la existencia de una relación positiva entre las normas sociales y la intención emprendedora. Sus resultados son positivos para las carreras de administración de empresas estudiadas que han hecho un buen papel para motivar a los estudiantes, desde el reconocimiento de los empresarios y el deseo por seguir su ejemplo.

##### **Correlación entre las variables rasgos de personalidad e intención emprendedora**

Los resultados muestran que todas las variables planteadas en la dimensión rasgos de personalidad, se correlacionan positivamente con la intención emprendedora, lo que es un indicio de que las cualidades y

habilidades de los estudiantes les imprimen altos niveles de autoestima que se reflejan en sus respuestas. De esta manera se acepta la hipótesis 4 acerca de la relación positiva entre estas variables.

### **Correlación entre las variables contexto universitario y formación en emprendimiento con la intención emprendedora**

Los resultados dejan ver que existen correlaciones positivas de casi todas las variables de la dimensión analizada con la intención emprendedora, permitiendo confirmar la hipótesis 5 que habla de la existencia de una relación positiva entre las variables del contexto universitario y formación en emprendimiento con la intención emprendedora. También se encontró que la variable “universidad en donde estudia” tiene algunas relaciones con las “ideas para emprender”, “la confianza para emprender” y “la posibilidad de tener equilibrio laboral y familiar”. Lo anterior puede interpretarse como de alta importancia para motivar a las universidades y programas en continuar con la formación de emprendedores.

---

## **5. Conclusiones**

El contexto universitario y la formación en emprendimiento influyen de forma positiva en la iniciativa emprendedora. Para los casos estudiados se encuentra que la variable “universidad en donde estudia” tiene correlación con esa iniciativa, lo que demuestra que los esfuerzos realizados por las instituciones sí se ven reflejados en la actitud de sus estudiantes, tal como lo afirman Tarapuez et.al (2018). Así mismo, el hecho de estudiar administración de empresas es considerado como una condición importante para emprender. Falta en todo caso un mayor compromiso de los programas y de las universidades en cuanto al manejo de las unidades o centros de emprendimiento y su funcionamiento.

Los estudios sobre intención emprendedora realizados hasta el momento dan cuenta del uso de diversos modelos y metodologías que tratan de explicar por qué razón una persona decide emprender aun por encima de las dificultades que ello le implique, a partir del uso de diferentes dimensiones de análisis. Sin embargo, son tantos los estudios con una evidencia parcial de resultados, que se torna muy difícil definir un método único que permita realizar esa medición. Por tanto, es importante seguir indagando a partir del uso de otros enfoques metodológicos, los cuales se sirven de instrumentos como entrevistas, grupos focales, análisis de discurso, entre otros, con el fin de poder llegar a otros escenarios antes no evaluados, debido a que se sigue con la tendencia racionalista de estudios puramente comparativos sin indagar en aspectos subjetivos del ser.

---

## **Referencias bibliográficas**

- Alemany, L. y Urriolagoitia, L. (2014). Iniciativa emprendedora y jóvenes en España. ICE empleo juvenil, (881), 101-119
- Arteaga, A., Mexicano, M. y González, R. (Octubre, 2016). Intención emprendedora en estudiantes de la licenciatura de administración en una institución de educación superior. XXI congreso internacional de contaduría, administración e informática. Ciudad de México, México.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Duran, E. y Arias, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista colombiana de ciencias sociales*, 6(2), 320-340
- Espíritu, R. (2011). Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. y Sobrero, M. (2009). The foundation of entrepreneurial intention. Paper to be presented at the Summer Conference on CBS - Copenhagen Business School

- Lima, E., Lopes, R., Nassif, M. y Da Silva, D. (2012). Opportunities to improve entrepreneurship education in higher education: addressing brazilian challenges. Congress of the International Council of Small Business
- Liñan, F. y Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617
- Maluk, O. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor. Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Buenos Aires, Argentina.
- Medina, P., Bolivar, A. y Lemes, A. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: Guesss. *Revista de Estudios Empresariales*, (2), 63 – 80
- Osorio, F. y Londoño, J. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de administración*, 28 (51), 103-131.
- Schlaegel, C. y Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.
- Soria, K., Zuñiga, S. y Ruiz, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia. *Interciencia*, 41(5), 325-330
- Tarapuez, E. (2015). Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia) (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
- Tarapuez, E., García, M. y Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar*, 28(67), 123-13.