

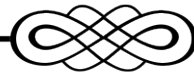
MEDICIÓN DE LA INTENCIÓN DE EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS EMPLEANDO ECUACIONES ESTRUCTURALES

MEASUREMENT OF THE INTENTION OF ENTREPRENEURS UNIVERSITIES USING STRUCTURAL EQUATIONS

Hael Karina Saucedo Estrada
Docente Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca
haelsaucedoe@gmail.com
Sucre - Bolivia

Recibido 17 de agosto de 2018

Aceptado 5 de septiembre de 2018



Resumen

El objetivo del presente trabajo de investigación es analizar las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios en la Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFXCH), para explicar el fenómeno de los factores que influyen significativamente en la intención emprendedora se aplicó el modelo de la Teoría de la Acción Planificada (TAP), en una muestra de estudiantes que se profesionalizan en las diferentes áreas de la USFXCH. Los datos fueron obtenidos mediante la aplicación de un cuestionario validado a una muestra de 236 estudiantes, usando el modelado de ecuaciones estructurales y software Smart - (PLS). El resultado más relevante indica que la Conducta de Control Percibido tienen un efecto significativo sobre la intención emprendedora. Estos resultados nos indican que la formación académica en la universidad tiene que reforzarse para elevar la actitud personal y la conducta del control percibido que deriva finalmente en una mayor intención emprendedora y orientar a los universitarios en una formación emprendedora.

Palabras Clave: Emprendimiento; Universitarios; intención emprendedora; modelo TAP.

Abstract

The objective of this research work is to analyze the entrepreneurial intentions of university students at the University of San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFXCH), to explain the phenomenon of factors that significantly influence entrepreneurial intention, the model of the Theory of the Planned Action (TAP), in a sample of students that are professionalized in the different areas of the USFXCH. The data were obtained by applying a validated questionnaire to a sample of 236 students, using the modeling of structural equations and Smart - software (PLS). The most relevant result indicates that the Perceived Control Conduct have a significant effect on the entrepreneurial intention. These results indicate that the academic training in the university has to be reinforced to elevate the personal attitude and the behavior of the perceived control that ultimately results in a greater entrepreneurial intention and to guide the university students in an entrepreneurial training.

Keywords: Entrepreneurship; University students; entrepreneurial intention; TAP model.

Introducción

Hoy en día la creación de empresas es un contenido de mucha importancia cuando se habla de crecimiento económico y desarrollo de las economías, siendo un tema de actualidad tanto en el ámbito académico como en el socioeconómico. Por tal motivo la actividad emprendedora tiene un impacto reconocido sobre el crecimiento económico, la innovación y el empleo (Acs, Audretsch, Braunerhjelm, & Carlsson, 2012).

Según los estudios del Global Entrepreneurship Monitor (Querejazu, Zavaleta, & Mendizabal, 2014) miden las percepciones sociales y los atributos individuales para el emprendimiento así como las características de la actividad emprendedora y el perfil de los emprendedores, Bolivia destaca por tener un porcentaje de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial (TEA) del 27.4 por ciento de la población adulta, situándose en el cuarto lugar más alto entre los países de economías basadas en recursos y en el sexto lugar entre 70 países.

El problema consiste en la escasa medición de la intención emprendedora en los universitarios de SFXCH con la actual formación en emprendimiento, explicando las variables explicativas bajo el modelo de la teoría de la acción planificada y tener un marco conceptual claro. Es así, que justificamos el estudio a este tipo de personas, porque reúnen características especialmente favorables para inclinarse hacia la espíritu empresarial, ya que en esa fase el individuo está en el momento de desarrollar su carrera profesional y por lo tanto más abierto a aceptar cambios (Alcalde et al., 2006). como señalan los reportes del Global Entrepreneurship Monitor (2013), el tener un nivel mayor en educación se relaciona con una mayor tendencia a crear empresas a partir de la detección de una oportunidad, en lugar de emprender por necesidad.

El nivel educativo es una de las variables que influyen en la intención de emprender, de tal forma que a mayor nivel educativo mayor tasa de actividad emprendedora. En esta línea, se ha realizado recientemente estudios de intención emprendedora y estudios de Fomento al espíritu emprendedor, desarrollo de competencias empresariales en la formación de estudiantes de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca. llevado a cabo con docentes de la Carrera de Ingeniería Comercial (investigación y negocios, 2010). En dicho estudio, se analiza la implicación institucional en el emprendimiento, así como las herramientas y actividades desarrolladas. Los resultados ponen de manifiesto el interés en potenciar el emprendimiento desde las universidades. Cabe destacar que se debe incorporar un cambio de mentalidad y habilidades en los estudiantes hacia un enfoque emprendedor (Ayaviri, Saucedo, Juan Carlos, & Mariano, 2017).

Emprender no es un hecho puntual, sino que se considera un proceso compuesto por diferentes etapas para una revisión, véase (J. a Moriano, Palací, & Morales, 2006).

- Revisión bibliográfica o estudios previos

El objetivo principal de este apartado es mostrar el modelo, que permita mostrar el nivel de aceptación, entre los estudiantes universitarios, con respecto a la creación de una empresa. Debido a que el emprendimiento representa un acto voluntario, planeado e intencional, la utilización de modelos formales de intención y factores cognitivos en el estudio del emprendimiento se considera como muy adecuada (Morris, Webb, Fu, & Singhal, 2013).

Varios son los estudios que muestran un consenso entre los investigadores hacia la consideración del emprendimiento como la fuerza motriz del proceso de desarrollo de las naciones y regiones (Acs et al., 2012).

Es así que hay teorías que explican el fenómeno emprendedor, desde Las teorías económicas, que estudian aspectos del entorno que influyen en el proceso emprendedor para producir un determinado beneficio; Las teorías psicológicas, que estudian tanto las características personales del emprendedor como los aspectos psicosociales que influyen en el desarrollo de la conducta emprendedora; Las teorías de gestión y administración de empresas, que enfocan su análisis en las habilidades del emprendedor para manejar eficazmente los recursos y conseguir así un alto desempeño; y por último las teorías sociológicas, donde se analizan las condiciones del entorno y las características sociodemográficas que influyen en la creación de nuevas empresas según (Rodríguez, 2015).

Sobre la intención emprendedora:

El modelo utilizado se basa en el modelo desarrollado por (Ajzen, 1991), para el estudio de la intención emprendedora entre estudiantes universitarios (Gallurt Plá, 2010; Liñán, 2008; Liñán et al., 2011; Moriano et al., 2012; Ubierna, 2014), incluyendo aquellas variables: i) Actitud hacia la conducta; ii) la norma subjetiva; iii) el control conductual percibido; iv) la intención; más próximos a la intención emprendedora, respecto al comportamiento emprendedor entre universitarios.

En los estudios de intención emprendedora son habituales las muestras de estudiantes universitarios (Prodan & Drnovsek, 2010),

El modelo de la teoría de la acción planificada (TAP)

La TAP propone que la intención de llevar a cabo una conducta depende de la influencia que tienen sobre ella tres componentes: (a) la actitud hacia conducta emprendedora, (b) la norma subjetiva y (c) el control conductual percibido (CCP). La mayoría de los estudios muestran que el CCP es el componente de mayor peso. Asimismo, este componente y la intención son considerados predictores directos de la conducta.

Actitud hacia la conducta emprendedora o el comportamiento. La predicción de la conducta mediante el estudio de las actitudes tiene un interés importante, por un lado, a nivel teórico por la relación y los desajustes entre actitudes y conducta, y por otro lado, a nivel práctico por su gran aplicabilidad a nivel social. Específicamente, se

considera que las actitudes se adaptan mejor que los rasgos de personalidad al estudio de un fenómeno dinámicamente interactivo como es la creación de una nueva empresa (Fayolle, 2013).

De acuerdo al modelo de la expectativa-valor de las actitudes (Fishbein, M. and Ajzen, 1975), las actitudes de una persona están conformadas por la fuerza de cada creencia combinada de forma multiplicativa con su valor subjetivo. De este modo, se despliegan actitudes favorables hacia las conductas con consecuencias deseables y actitudes desfavorables hacia las conductas con consecuencias no deseables.

Norma subjetiva, es proporcional a la suma de los pesos de cada creencia normativa multiplicada por la motivación de la persona para cumplir con cada referente. Cuanto más positiva sea la norma subjetiva, mayor será la intención de emprender. De los tres componentes de la TAP, la norma subjetiva es el que tiene un peso más débil (Ajzen, 1991) 1985, 1987, Entre estas normas se encuentran las expectativas familiares sobre la deseabilidad de llegar a ser emprendedor (Krueger, 2000) Las creencias normativas hacen referencia a la probabilidad con la que personas o grupos referentes aprueban o desaprueban la realización de una determinada conducta (Reinecke, Schmidt, & Ajzen, 1996) que en el caso de emprender es la presión social percibida hacia crear o no una empresa.

Control conductual percibido, Las creencias de control incorporan al modelo de la TAP la influencia de la presencia o ausencia de ciertos recursos y oportunidades que determinan la intención y la conducta (Ajzen, 1991) 1985, 1987. Posteriormente, se ha puesto de manifiesto la similitud de este concepto con el de autoeficacia (Krueger, 2000) a que ambos hacen referencia a la habilidad percibida para realizar una determinada conducta. (Hasbullah, Mahajar, & Salleh, 2014) consideran que la autoeficacia está más claramente definida y operacionalizada que el control conductual percibido ambos constructos permiten explicar proporciones equivalentes de la varianza de la conducta, la autoeficacia permite explicar una mayor varianza de la intención, por lo que recomiendan emplear la autoeficacia en lugar del control conductual percibido; (Simpson & Schmitter-Edgecombe, 2002) the Brock Adaptive Functioning Questionnaire (BAFQ; (J. a Moriano et al., 2006).

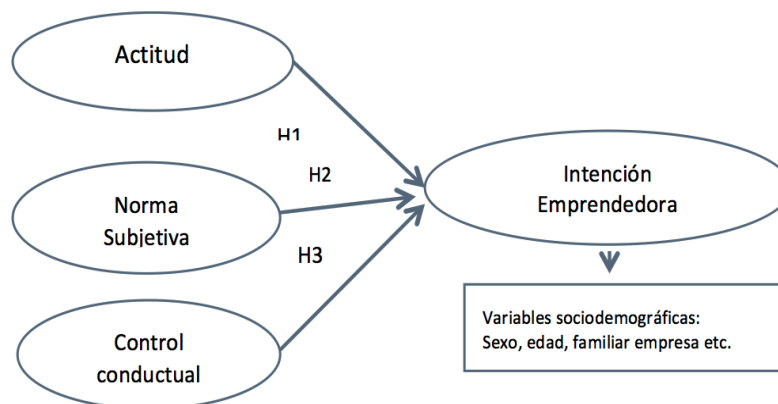
Es así, que las hipótesis se centran en la relación de cada uno de los componentes de la TAP con la intención emprendedora ver (Figura 1).

Hipótesis 1: La actitud hacia el emprendimiento de los estudiantes universitarios afecta la intención emprendedora de una forma directa y positiva.

Hipótesis 2: La norma subjetiva tiene una influencia directa y positiva sobre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Hipótesis 3: El control conductual percibido tiene una influencia directa y positiva sobre la intención emprendedora entre los Jóvenes universitarios.

Figura 1: Modelo de la teoría de la acción planificada de Ajzen. (1991).



Fuente. Elaboración propia

Metodología

La investigación metodológica propuesta tiene carácter cuantitativo, se basa en dos fases:

El modelo se basa en la teoría de la acción planificada (Ajzen, 1991) 1985, 1987. Según la figura 1. Por un lado especifica el modelo estructural, es decir, las relaciones causales entre las variables del modelo, y por otro, las relaciones entre indicadores y constructos, estas relaciones son denominadas modelo de medida. El modelo de medida es un paso fundamental en esta fase, en el se deben identificar las variables latentes (VL) y como éstas se conforman por indicadores

correspondientes a variables observables. En cambio, una VL se conforma de indicadores formativos cuando el constructo es expresado como una función de estos indicadores. (Ramírez A Salazar, E, 2014) y además en esta fase se construye la encuesta.

La construcción del cuestionario, fue formulado y adaptado del estudio realizado en España, en la Universidad de politécnica de Valencia (Rodríguez, 2015) y está formado por 9 apartados, a través de los cuales se pretende obtener la información, que según la literatura previa estudiada para medir la intención emprendedora, así como los tres componentes de la TAP (actitud, norma subjetiva y autoeficacia). Todos los ítems del cuestionario tienen un formato de escala nominal de respuesta tipo Likert de 7 puntos cuyas puntuaciones pueden oscilar entre 1 (Totalmente en desacuerdo) y 7 (Totalmente de acuerdo). Mostrando ítems que se ha respetado un orden lógico de preguntas, clasificadas en distintos bloques que representan las dimensiones propuestas para el modelo general, garantizado a su vez la confidencialidad de las respuestas proporcionadas. El cuestionario tiene cuatro bloques de variables; i) Datos socio-demográficos; comprenden los siguientes datos: sexo, edad, situación laboral o de estudio, nivel de estudios alcanzado por los padres, se registró información sobre: experiencia laboral por cuenta ajena y por cuenta propia, contacto con un centro/organismo de apoyo ii) Escalas de la teoría de la acción planificada (TAP) se centró en las escalas del modelo teórico propuesto que a continuación se describe.

1. Actitud (ACE): Dado que las actitudes no solo dependen de las creencias, sino también de la evaluación que se realiza sobre dichas creencias, para medir este componente se emplearon dos grupos de ACEA grupo de seis ítems sobre lo que supondría para la persona ser emprendedora, y ACEB grupo de seis ítems que valora en qué medida es deseable cada uno de esos aspectos Se ha calculado la media y desviación estándar para cada una de las expectativas sobre lo que supondría ser emprendedor por su deseabilidad

2. Norma subjetiva (NS): es medir la presión social percibida por el individuo para llevar a cabo o no un comportamiento emprendedor. consta de dos apartados: NSA (Norma Subjetiva (A) grupo de tres ítems sobre la opinión que otras personas significativas o referentes (familia, amigos y compañeros) mostrarían si el participante decidiese emprender y NSB (Norma Subjetiva (B) grupo de tres ítems se valora la importancia de la opinión de estas personas, que refleja la motivación para acomodarse a las directrices de los referentes.

3. Control Conductual Percibido (CCP): es una versión reducida de la escala de autoeficacia (AE) emprendedora (J. A. Moriano, Palací Descals, & Morales Domínguez, 2006) pasos básicos para la creación de una nueva empresa: definir la idea, escribir el plan de negocio y realizar los trámites administrativos. Esta escala, que consta de seis ítems.

4. Intención Emprendedora (IEM): se utiliza una escala de cuatro ítems en los que se valoran diferentes afirmaciones sobre la creación de una empresa, con opción de respuesta según una escala Likert de 1 = Nada a 7 = Totalmente de acuerdo

Se realizó un muestreo no probabilístico de conveniencia acudiendo a la II Fexpo Inter Facultativa de Emprendimientos de la USFXCH, para contactar a los estudiantes participantes y llenar el cuestionario en papel se registraron de forma anónima para garantizar la confidencialidad. Para la evaluación de variables se utilizó la herramienta Smart Partial Least Square (SPLS) que funciona con el análisis de datos multivariados. A continuación, se muestra una ficha técnica de la investigación según la tabla N° 1

Tabla 1 : Ficha Técnica de estudio

DETALLE	DESCRIPCION
Población	611 universitarios participando de la II FEXPO Inter facultativa de Emprendimientos de la USFXCH
Muestra	236
Ámbito	Universidad San Francisco, 2da FEXPO Interfacultativa de Emprendimientos
Error Muestral	+/- 5%
Nivel de confianza	95%, Z=1,96%, o=e=0,5
Diseño Muestral	Fórmula propuesta por Murray y Larry (2005), considerando participantes de la Feria de Emprendimientos de la UMSFXCH.
Forma de recolección de la información	Encuesta levantada por estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, del 2do B, D y E
Trabajo de campo	27 y 28 de octubre de 2017

Fuente: Elaboración Propia

Fase2. Validez y fiabilidad del modelo.

Para conocer la fiabilidad del constructo se debe realizar un análisis a partir del coeficiente del alfa de Cronbach y la fiabilidad compuesta del constructo como medidas de consistencia interna, para ambos índices se aceptan un 0,7 para una fiabilidad modesta en las etapas tempranas de la investigación y un 0,8 para la investigación básica (Ramírez A Salazar, E, 2014). Para conocer si la cantidad de la varianza de la variable endógena es explicada por los constructos que la predicen se utiliza el valor de la

varianza explicada, R^2 es representativo de esta varianza explicada. Para que esta varianza sea suficientemente explicada por las variables independientes el R^2 debe ser $\geq 0,1$ (Ramírez A Salazar, E, 2014)

Posteriormente, las hipótesis deben ser contrastadas mediante el examen de los coeficientes de camino (β) y el análisis de Bootstrapping. El primero permite conocer si las variables predictoras contribuyen a la varianza explicada de la variable endógena. El valores β representan los pesos de regresión estandarizados. Los $\beta \geq 0,2$ son considerados significativos.

Resultado, análisis y discusión

El análisis de resultados se divide en dos etapas: La primera etapa tiene el objetivo de presentar los resultados de un análisis descriptivo de las variables sociodemográficas y de las escalas del modelo recogidas en la encuesta, y en la segunda etapa se realiza el análisis del modelo donde se mostrarán resultados de la investigación, centrando el estudio en las correlaciones de las variables del modelo, la comparación de medias y el análisis de regresión lineal múltiple debidamente explicados.

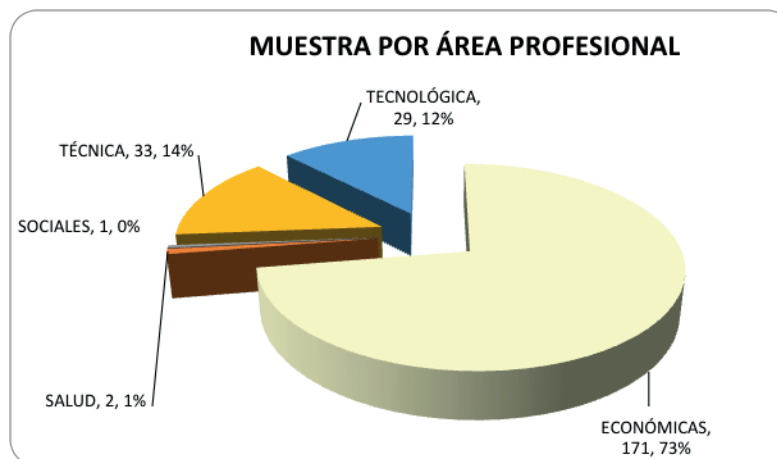
Etapa 1.

• variables Sociodemográficas.

En el primer apartado se realiza un análisis descriptivo de las variables sociodemográficas. En este estudio se partió de una población de 611 universitarios, participaron 236 estudiantes de la muestra correspondiendo 111 varones (47%) y mujeres 125 (53%), entre las edades comprendidas se tiene en promedio 22.6 años.

De la muestra de los 236 estudiantes, se clasifico por Área afines (Ver figura 2), las áreas económicas participaron con un mayor número de emprendimientos, realizándose a este grupo un total de 171 encuestas (73%) seguido de las áreas técnicas con 33 encuestas (14%) y las áreas tecnológicas con 29 encuestas (12%), que son los tres grupos más significativos dentro el estudio. Como muestra la tabla 2.

Figura 2. Muestra participativa en la II Fexpo inter Facultativa de Emprendimientos UMSFXCH



Fuente. Elaboración propia

Los estudiantes que provienen de familias emprendedores resultan 115 (49%) vs 121 familias no emprendedoras (51%), existe una diferencia mínima. Dentro los casos analizados destacamos al grupo de personas con intención emprendedora, existe un alto porcentaje de dependientes 114 (48%), independientes 55 (23%), aun no trabaja 57(24%) y los que tienen su propia empresa 10 (4%). Los dependientes más los que aún no trabajan conforman el grupo de los no emprendedores, por otro lado los independientes más los propietarios de una empresa conforman el grupo de los emprendedores.

Tabla 2. Descripción de la existencia de algún empresario en su Familia y participación en Programas de Apoyo

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Familia emprendedora	115	49%
Familia no emprendedora	121	51%
Independientes	55	23%
Dependiente	114	48%

Aun no trabaja	57	24%
Propietario empresa	10	4%
Participación en Programas de Apoyo Emprendimiento	46	19%

Fuente: Elaboración Propia

Considerando los datos anteriores resumimos el siguiente cuadro que muestra el grupo de emprendedores y no emprendedores, Emprendedores identificados son 65 personas (27.5%), los no emprendedores 171 personas (72.5%). La población masculina de emprendedores (37%) es menor a la de mujeres (63%), esto se debe a que las mujeres comienzan el emprendimiento en edades tempranas con la venta de ropa, bisutería, comestibles, y otros. despertando tempranamente esta iniciativa empresarial.

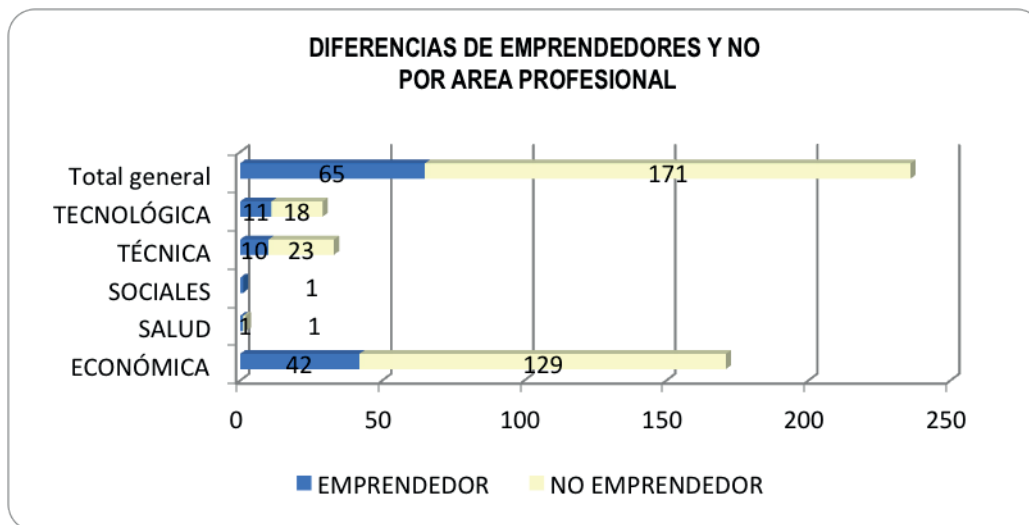
Tabla 3. Diferencias entre emprendedores y no emprendedores según sexo y edad.

SEXO	Emprendedor			No emprendedor			Total	
	Personas	%	Prom Edad	Personas	%	Prom Edad	Personas	Prom Edad
Hombre	24	37%	22,7	87	51%	22,0	111	22,1
Mujer	41	63%	23,5	84	49%	22,7	125	22,9
Total general	65	100%	23,2	171	100%	22,3	236	22,6

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de un análisis por el área profesional se observó el mayor grupo es el de Ciencias Económicas, con 171 estudiantes de los cuales 42 son emprendedores (72.5%) y 129 no lo son (27.5%). Las otras áreas tienen un peso menor. Dentro de la rama económica están consideradas la carrera de economía (25), Ingeniería Comercial (74), Administración de Empresas (72). Como muestra la figura 3.

Figura 3. Emprendedores y no Emprendedores según área de Conocimiento



Fuente: Elaboración propia

• **Variales del modlo de intención Emprendedora**

Una vez estudiadas las variables sociodemográficas, se estudian las variables del modelo de intención emprendedora, descritas por la TAP (Teoría de la acción planificada).

Actitud hacia la conducta emprendedora

La actitud hacia el emprendimiento se configura por dos variables: 1) la primera mide la creencia acerca de la consecuencia de la conducta, mediante la pregunta "crear una nueva empresa, para usted supondría"; y 2) la segunda que mide la evaluación de la consecuencia de la conducta, bajo la pregunta "ahora debe señalar hasta qué punto son deseables para usted en su vida general".

Dentro de las creencias sobre el emprendimiento, la que obtiene mayor puntuación es supondría ser mi propio jefe (M=6.02), explotar la faceta creativa e innovadora (M = 5.92), la relación con enfrentarse a nuevos retos (M = 5.77), estos tres aspectos determinan un interés de los estudiantes hacia el emprendimiento. Como muestra la tabla 4.

En esta muestra la actitud hacia el emprendimiento obtiene una puntuación media de 5.74 y (DT = 1.48), que está por encima de la media teórica (4), lo que indica que la actitud hacia el emprendimiento es alta para los Emprendedores.

Tabla 4. Descripción de indicadores de las creencias y evaluación de la consecuencia del emprendimiento en los Universitarios

DESCRIPCIÓN DE LA EVALUACIÓN DE LAS CREENCIAS DEL EMPRENDIMIENTO		MEDIA	DESVIACIÓN	MÍNIMO	MÁXIMO
ACEA1	Ser emprendedor supondría enfrentarme a nuevos retos	5.77	1.52	1	7
ACEA2	Ser emprendedor supondría crear empleo	5.62	1.49	1	7
ACEA3	Ser emprendedor supondría ser creativo e innovador	5.92	1.56	1	7
ACEA4	Ser emprendedor supondría tener altos ingresos económicos	5.70	1.43	1	7
ACEA5	Ser emprendedor supondría asumir riesgos calculados	5.42	1.39	1	7
ACEA6	Ser emprendedor supondría ser mi propio jefe	6.02	1.47	1	7
MACE	Puntuación media	5.74	1.48	1	7

Fuente: Elaboración propia

Norma subjetiva percibida.

La norma subjetiva percibida consiste en la presión social percibida para realizar o no el comportamiento (Ajzen, 1987). La estimación de la norma subjetiva puede realizarse directamente mediante una escala de probabilidad en la que se exprese la percepción que tiene el sujeto del tipo de conductas que los demás esperan que realicen o se abstenga de realizar, o indirectamente, a partir de dos componentes principales: 1) la creencia normativa relativa a los referentes, y 2) la motivación para acomodarse a los referentes (Fishbein, M. and Ajzen, 1975).

En el primer factor, de cuatro componentes consideran que tienen apoyo de la familia para el emprendimiento (M = 5.21), otro factor importante que se destaca es el de los amigos más cercanos (M= 5.05), el más bajo resultó la institución pública de trabajo si se mostraría de acuerdo con la decisión de crear una empresa (M = 3.08). Como muestra la tabla 5.

Tabla 5. Descripción de indicadores de la creencia normativa relativa a los referentes.

CREENCIA NORMATIVA RELATIVA A LOS REFERENTES.		MEDIA	DESVIACIÓN	MÍNIMO	MÁXIMO
NSB1	Mi familia directa (padres, pareja y hermanos)	5.21	1.58	1	7
NSB2	Mis amigos íntimos se mostrarían de acuerdo con crear una empresa.	5.05	1.42	1	7
NSB3	Mis compañeros de profesión se mostrarían de acuerdo con crear una empresa.	4.98	1.38	1	7
NSB4	La Academia o institución de estudio se mostraría de acuerdo con crear una empresa.	3.08	1.59	1	7
MMNSB	Puntuación media	4.58	1.49	1	7

Fuente: Elaboración propia

La puntuación media de la norma subjetiva obtiene un promedio de 4.58 y una DT de 1.49, valor más bajo que el de actitud, situación que expresa menor importancia en torno a afectar un posible emprendimiento.

Control conductual percibido.

Explica la facilidad o dificultad que percibe la persona para realizar la conducta. La variable está compuesta por dos factores: i) la controlabilidad, que estudia las creencias acerca del control que tiene el actor sobre la conducta y; ii) la autoeficacia, que estudia la facilidad o dificultad que percibe el actor para realizar la conducta. La posibilidad de distinguir entre dos tipos diferentes de control no invalida la naturaleza unitaria del control conductual percibido (Ajzen, 2011). En este modelo, la controlabilidad y la autoeficacia son dos aspectos separados, y evaluados por diferentes indicadores que juntos forman el control conductual percibido.

En la tabla, todos los indicadores de la controlabilidad obtienen una media de 5.47, los indicadores más altos es el creerse que depende de uno mismo el hecho de crear una empresa (M = 5.63), seguido de la creencia de que sería capaz de controlar la situación en el caso de tener una empresa (M = 5.42).

Tabla 6. Descripción de indicadores de la controlabilidad.

CONTROLABILIDAD		MEDIA	DESVIACIÓN	MÍNIMO	MÁXIMO
CON1	Si quisiera, podría fácilmente ser emprendedor y crear mi propia empresa	5.41	1.44	1	7
CON2	Si creara mi propia empresa, tendría un control total sobre la situación	5.42	1.25	1	7
CON3	Hay pocas cosas fuera de mi control, que podrían impedirme ser emprendedor	5.00	1.33	1	7
CON4	Depende totalmente de mi si decido o no crear mi propia empresa y ser emprendedor	5.63	1.38	1	7
MCON	Puntuación media	5.37	1.35	1.00	7.00

Fuente: Elaboración propia

Los indicadores de la autoeficacia puntúan son: Formar asociaciones o alianzas con otras empresas (M = 5.65), la capacidad de reclutar, seleccionar y entrenar a empleados (M = 5.63), mantener relaciones favorables con inversores y bancos (M = 5.50). Por el contrario, los indicadores valorados por debajo de la media son aquellos como escribir la idea de negocio (M=5.46), un plan de negocio (M = 5.41), realizar trámites administrativos (M = 5.19). control conductual percibido es 5.42 (D.T. = 135). La media resultante está por encima de la media teórica, lo que indica que el control conductual percibido es alto para la muestra.

Tabla 7. Descripción de indicadores de la Autoeficacia

AUTOEFICACIA		MEDIA	DESVIACIÓN	MÍNIMO	MÁXIMO
AE01	Sería capaz de definir la idea de negocio y la estrategia	5.46	1.45	1	7
AE02	Sería capaz de escribir un plan de negocio y financiero	5.41	1.36	1	7
AE03	Sería capaz de realizar los trámites administrativos para crear una empresa	5.19	1.36	1	7
AE04	Sería capaz de negociar y mantener relaciones favorables con inversores y bancos	5.50	1.20	1	7
AE05	Sería capaz de reclutar, seleccionar y entrenar a empleados	5.63	1.32	1	7
AE06	Sería capaz de formar asociaciones o alianzas con otras empresas	5.65	1.42	1	7
MAEO	Puntuación media	5.47	1.35	1	7

Fuente: Elaboración propia

Intención Emprendedora

La intención emprendedora de los universitarios, se observa la puntuación de los indicadores con la intención es medianamente alta, con excepción del primer indicador de 6.09 muestra la posibilidad de crear una empresa si se presentase la oportunidad adecuada. En los indicadores sobre si considerando la situación actual, les gustaría trabajar por cuenta propia y la creencia por la que quieran trabajar por cuenta propia en su situación actual, consideran para la creación de una empresa. Como muestra tabla 8.

Tabla 8: Descripción de indicadores de la escala de medida de intención emprendedora

INTENCIÓN EMPRENDEDORA		MEDIA	DESVIACIÓN	MÍNIMO	MÁXIMO
IEM1	Crear tu propia empresa	6.09	1.38	1	7
IEM2	Si se presentaría la oportunidad me gustaría trabajar por cuenta propia.	5.64	0.97	1	7
IEM3	No obstante, considerando la situación actual, me gustaría trabajar por cuenta propia	5.67	1.89	1	7
MIEM	Puntuación media	5.80	1.41	1	7

Fuente: Elaboración propia

La intención emprendedora presenta una puntuación buena por encima de media requerida, pero, y la desviación típica no se tiene variabilidad, presentándose casos en los que puntúan alto demostrando que crearán una empresa.

Tabla 9: resumen total Variables de la escala de medida de intención emprendedora

INTENCIÓN EMPRENDEDORA	MEDIA	DESVIACIÓN	MÍNIMO	MÁXIMO
Actitud hacia el emprendimiento	5.74	1.48	1	7
Norma Subjetiva	5.08	1.49	1	7
Control conductual percibido	5.42	1.35	1	7
Intención emprendedora	5.80	1.41	1	7
Puntuación media	5.51	1.43	1	7

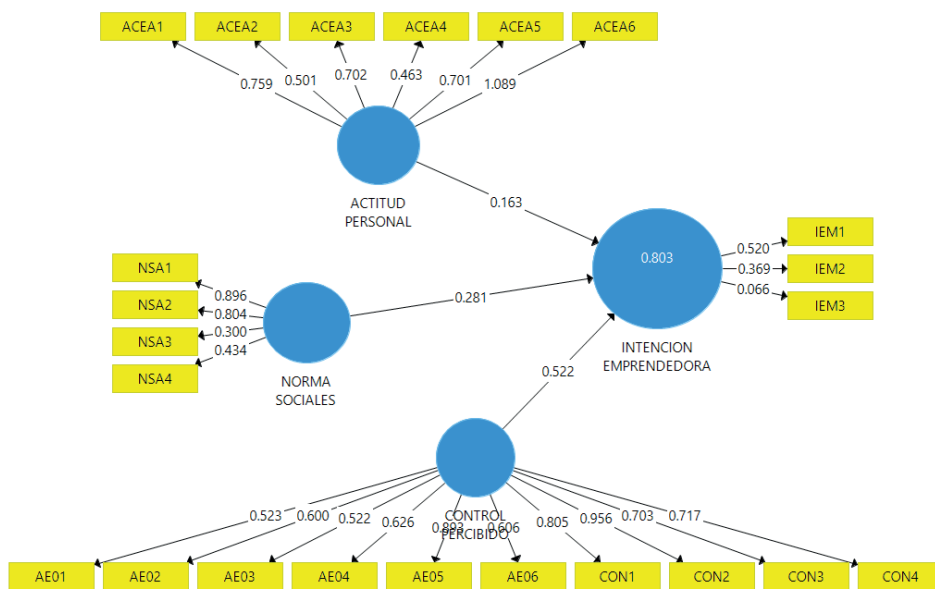
Fuente: Elaboración propia

- **Etapa 2.**

Análisis de Modelo.

El modelo adecuado para el presente estudio se muestra en la (figura 4), posee cuatro variables latentes, que son: Actitud Personal, Normas Subjetivas y Control Conductual Percibido que conducen a la cuarta que es la Intención Emprendedora. El modelo fue validado mediante la metodológica planteada por (Ramírez-correa, Melo Mariano, & Salazar, 2014). Para el análisis de utilizo el software Smart PLS versión 3.

Figura 4. Modelo de Ecuaciones Estructurales

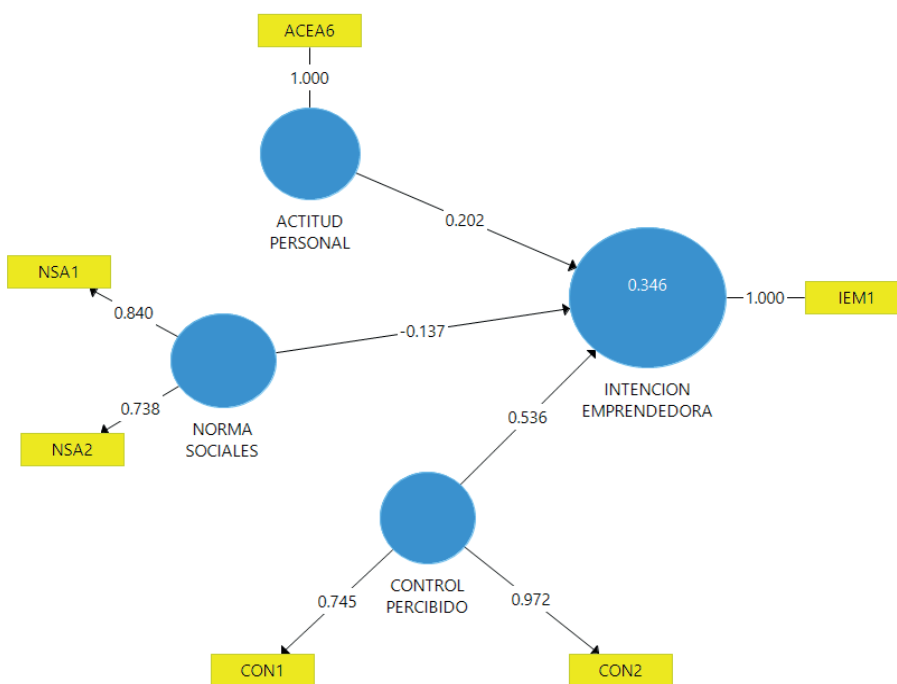


Fuente: Imagen extraída de software SmartPLS 3.0 en Junio de 2018

Los números presentes en las flechas que enlazan las variables a los indicadores son los valores de confiabilidad, expresados por correlación simple, los indicadores con índices < 0.7 deben desecharse por considerarse poco confiables. Los números en las flechas que enlazan las variables entre sí explican el nivel de influencia de una sobre la otra, denominándose coeficiente path o valores Beta (β), los valores $\beta \geq 0.2$ son significativos.

La valoración del modelo estructural posee índices satisfactorios en la prueba de confiabilidad y validez como se muestra en la (figura 5). En el documento de Melo y Rocha (2017) indica Falk y Miller (1992) que el Coeficiente R2 ≥ 0.10 es satisfactorio. En el caso de las variables Actitud Personal y Control Percibido el coeficiente path $\beta \geq 0.2$, lo que nos muestra que la intención emprendedora esta explicada por la Actitud Personal y el control percibido. También es posible percibir que todas las variables correlacionadas influyen en un 34,6% a la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Figura 5. Significancia del Modelo de intención emprendedora



Fuente: Imagen extraída de software SmartPLS 3.0 en Junio de 2018

Posteriormente las hipótesis deben ser contrastadas mediante el test de los coeficientes Path o coeficiente β y el análisis de Bootstrapping, el coeficiente Path (β) permite conocer si las variables predictoras contribuyen a la variable explicada de la variable endógena, cuando $\beta \geq 0.2$ entonces son considerados significativos. Por otra parte, el análisis de Bootstrapping permite examinar la estabilidad de las estimaciones proporcionadas por el análisis PLS, para estimar la significancia del modelo se analiza los valores de T student en el coeficiente Path (Ramírez-correa et al., 2014). Los resultados del coeficiente β deben ser comparados con el valor de T student ≥ 1.96 (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014). Si $\beta \geq 0.2$ y T student ≥ 1.96 la hipótesis esta soportada totalmente si T student ≤ 1.96 la hipótesis es soportada parcialmente. En la tabla 10 se muestran la prueba de las Hipótesis planteadas.

Tabla 10. Resumen de Resultados

	RELACION DE VARIABLE LATENTES	Beta	ESTADISTICO T	Valores P	RESULTADO
H1	ACTITUD PERSONAL ----> INTENCION EMPREDEDORA	0.202	0.446	0.149	SOPORTADA PARCIALMENTE
H2	NORMA SUBJETIVAS ----> INTENCION EMPREDEDORA	-0.137	0.291	0.771	NO SOPORTADA
H3	CONTROL PERCIBIDO ----> INTENCION EMPREDEDORA	0.536	2.692	0.007	SOPORTADA

Fuente: Tabla extraída de software SmartPLS 3.0 en Junio de 2018

La (tabla 10), resume la aceptación o rechazo de las diferentes hipótesis que conforman el modelo, destacando la baja influencia de la norma subjetiva (No soportada) según la muestra a la que se aplica el modelo de intención de este modo, este componente del modelo muestra un bajo impacto sobre la intención de emprender. A la inversa, del control conductual percibido presenta una alta influencia y, por consiguiente, un alto impacto sobre la intención de emprender.

Conclusiones

A partir de los resultados de la investigación Empírica, de la intención emprendedora, en el marco de la Teoría de la Acción Planificada (TAP) con sus tres componentes actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva y control conductual percibido, ampliando con la inclusión de otras variables Sociodemográficas, (sexo, edad, la experiencia laboral, la experiencia como emprendedor),

Para ello, se analizó en concreto las variables sociodemográficas, evidenciando que en términos de género la distribución de estudiantes es proporcionada; En cuanto a las áreas de profesionalización la participación de las ciencias Económicas son las que muestran un mayor emprendimiento, seguida de las Técnicas y de Tecnología de la USFXCH. En referencia al nivel de escolaridad de los padres de familia, se evidencia un alto nivel de vinculación laboral en los estudiantes debido a que la mayoría están dedicados a trabajar medio tiempo y la otra parte desarrollar su carrera profesional y un bajo porcentaje tienen un negocio propio. Además, cerca de la mitad de los padres de los estudiantes son emprendedores trabajan por cuenta propia.

Los indicadores de la actitud hacia la conducta, se destaca la interpretación del emprendimiento como una actitud innovadora con creatividad, que permite conseguir independencia, ayudar a los demás, generar empleo y contribuir a la ciudad para ser mejor.

Para la norma subjetiva acerca del apoyo de padres, amigos y compañeros, los estudiantes consideran que recibirían medianamente su apoyo en el momento de emprender, y adicionalmente, tiene gran importancia para los estudiantes encuestados la opinión de sus padres y en menor medida a la opinión de las instituciones.

Frente a las variables de la autoeficacia emprendedora en la cual los estudiantes de USFXCH. se autoreconocen como eficaces en las tareas y actividades para crear empresas, reconocer oportunidades y relacionarse con personas claves y entidades y buscar capital y financiamiento.

La variable intención emprendedora, concibe una intención de emprender en el futuro y desempeñarse laboralmente creando su propia empresa. Este resultado se relaciona con la valoración sobre la formación recibida en la universidad acerca de crear empresas, promoción del emprendimiento y ejecución de proyectos empresariales.

Por tal motivo, se hace necesario fortalecer aspectos relacionados con las estrategias pedagógicas que contribuyan a promover el espíritu empresarial y de creación de empresas, optimizando la elaboración de planes de negocios. Subrayando la existencia de entidades de apoyo al emprendimiento, así como de convocatorias que aportan recursos de capital semilla para iniciar los negocios.

La universidad debe desarrollar un papel importante en el apoyo, promoción y fortalecimiento de las actitudes y competencias de las estudiantes relacionadas con intención de emprendedor y la creación de empresas.

De esta manera SFXCH, debe tomar en consideración los resultados encontrados y adecuar su proceso de enseñanza y aprendizaje, para entregar a la sociedad, profesionales que tengan una elevada intención emprendedora y con esto contribuir a un mayor desarrollo de nuevas empresas por oportunidad, que generen empleo y crecimiento de la economía y la sociedad.

Referencias

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(2), 289–300. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9307-2>
- 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. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ayaviri, A., Saucedo, H., Juan Carlos, P., & Mariano, A. M. (2017). Uso de Ecuaciones Estructurales en la Intención Emprendedora de los Estudiantes Universitarios Bolivianos : Caso de la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca Use of Structural Equations in the Entrepreneurial Intention of Bolivian University Stude. *Congresso Internacional de Administração: Conhecimento a Alavanca Do Desenvolvimento*, 1–12.
- Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(7–8), 692–701. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.821318>
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*, (July).
- Hair, J. F., Hult, G. tomas M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)*.
- Hasbullah, N., Mahajar, A. J., & Salleh, M. I. (2014). Extending the theory of planned behavior: Evidence of the Arguments of its Sufficiency. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4(14), 101–105.
- investigación y negocios. (2010). *Ideés De Vol*, 35. Retrieved from <https://ingcomercial.edu.bo/revistainvestigacionynegocios/index.php/revista/issue/view/8/Revista%2C8>
- Krueger, N. F. J. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 5–23.
- Moriano, J. A., Palací Descals, F., & Morales Domínguez, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. (Spanish). *Revista de Psicología Del Trabajo Y de Las Organizaciones*, 22(1), 75–99. <https://doi.org/10.1174/021347401317351152>
- Moriano, J. a, Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora Adaptation and validation of Entrepreneurial Self-Efficacy scale in. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51–64. <https://doi.org/10.1174/021347406775322223>
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352–369. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12023>
- Prodan, I., & Drnovsek, M. (2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30(5–6), 332–347. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2010.02.002>
- Querejazu, V., Zavaleta, D., & Mendizabal, J. (2014). *Reporte Nacional Bolivia 2014. Global Entrepreneurship Monitor*.
- Ramírez-correa, P. E., Melo Mariano, A., & Salazar, E. A. (2014). Propuesta Metodológica para aplicar modelos de ecuaciones estructurales con PLS : El caso del uso de las bases de datos. *Revista ADMpg Gestao Estrategica*, 7(2), 133–139.
- Ramírez A Salazar, E, Pm. (2014). Propuesta Metodológica para aplicar modelos de ecuaciones estructurales con PLS: El caso del uso de bases de datos científicas en estudiantes universitarios. *Revista ADMpg Gestão Estratégica*, 7(2), 133–139.
- Reinecke, J., Schmidt, P., & Ajzen, I. (1996). Application of the Theory of Planned Behavior to Adolescents' Condom Use: A Panel Study1. *Journal of Applied Social Psychology*, 26(9), 749–772. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1996.tb01128.x>
- Rodríguez, F. (2015). *Estudio De La Intención Emprendedora En El Ámbito Científico Público. El Caso De Las Ciencias De La Vida En España*, 236.
- Simpson, A., & Schmitter-Edgecombe, M. (2002). Prediction of employment status following traumatic brain injury using a behavioural measure of frontal lobe functioning. *Brain Injury*, 16(12), 1075–1091. <https://doi.org/10.1080/02699050210155249>