



ANÁLISIS CRÍTICO REFLEXIVO DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NUR SANTA CRUZ – BOLIVIA

REFLECTIVE CRITICAL ANALYSIS OF THE ENTREPRENEURIAL INTENTION OF STUDENTS OF THE UNIVERSIDAD NUR SANTA CRUZ – BOLIVIA

Lucilaine Silva de Landivar

Candidata a Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales (UAGRM)

Lucilainesilva10@gmail.com

Juan Fernando Subirana Osuna

Candidato a Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales (UAGRM)

juanfer.subirana@gmail.com

Recibido: Agosto 9, 2022

Aceptado: Septiembre 10, 2022

DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v15i26.184>

RESUMEN

El presente artículo es una investigación de carácter descriptivo que tiene como objetivo principal analizar el perfil y la intención emprendedora de estudiantes del último año de todas las carreras ofertadas por la Universidad Nur en Santa Cruz-Bolivia, con un análisis crítico y reflexivo sobre el tema, buscando identificar cuáles son los factores considerados como promotores de la conducta emprendedora y la influencia que ejerce el entorno en la orientación hacia la intención emprendedora. Se ha aplicado un cuestionario estructurado a una muestra de 220 estudiantes. Entre los resultados se destaca que cursos de emprendedurismo tiene un impacto sobre la Autoeficacia Emprendedora (AF) y la Intención Emprendedora (IE), sin relación directa con las variables Norma Subjetiva (NS) y Actitud Emprendedora (AE). Finalmente se presenta la discusión y conclusiones relacionados a las variables.

PALABRAS CLAVES:

Emprendedor, Educación Emprendedora, Intención Emprendedora.

ABSTRACT

This article is a descriptive research whose main objective is to analyze the profile and entrepreneurial intention of final year students of all careers offered by the Nur University in Santa Cruz-Bolivia, with a critical and reflective analysis of the topic, seeking to identify the factors considered as promoters of entrepreneurial behavior and the influence exerted by the environment in the orientation towards entrepreneurial intention. A structured questionnaire has been applied to a sample of 220 students. Among the results, it is highlighted that entrepreneurship courses have an impact on Entrepreneurial Self-Efficacy (SF) and Entrepreneurial Intention (EI), without direct relationship with the variables Subjective Norm (SN) and Entrepreneurial Attitude (EA). Finally, the discussion and conclusions related to the variables are presented.

KEYWORDS:

Entrepreneur, Entrepreneurial Education, Entrepreneurial Intention.

INTRODUCCIÓN

En el área de estudio del emprendedurismo es posible encontrar una gran cantidad de trabajos realizados, constituyéndose en una importante área de enseñanza e investigación. Para esta investigación el emprendedurismo es definido como el proceso de llevar adelante una idea inicialmente observada, transformándola en un negocio, proceso realizado por los emprendedores, que en varias ocasiones no cuentan con el apoyo necesario para la realización de sus actividades.

Sobre la temática, es posible encontrar fundamentación teórica desde la década de 50 del siglo XX, a pesar de eso, el emprendedurismo sigue siendo considerado un campo en construcción y en evolución, no habiendo un consenso de la literatura sobre lo que define el individuo ser o no considerado emprendedor, que en varias ocasiones está relacionada directamente con la percepción del autor referente al término a utilizar. (Ávila Angulo, 2021; Fernandes Pinheiro & D'Avila Castro & Cruz Capuano da & Pereira Junior, 2020)

Es incuestionable el aporte del emprendedor al desarrollo socioeconómico (da Silva Maciel et al., 2019) y la figura del emprendedor ha estado vinculada por los economistas como uno de los factores que favorecen el crecimiento de una región (Galindo-Martín & Méndez-Picazo & Castaño-Martínez, 2016) lo que ha llevado a que la intención emprendedora (IE) sea constantemente estudiada siendo de interés muchos investigadores. (Martínez-Gregorio & Badenes-Ribera & Oliver, 2021)

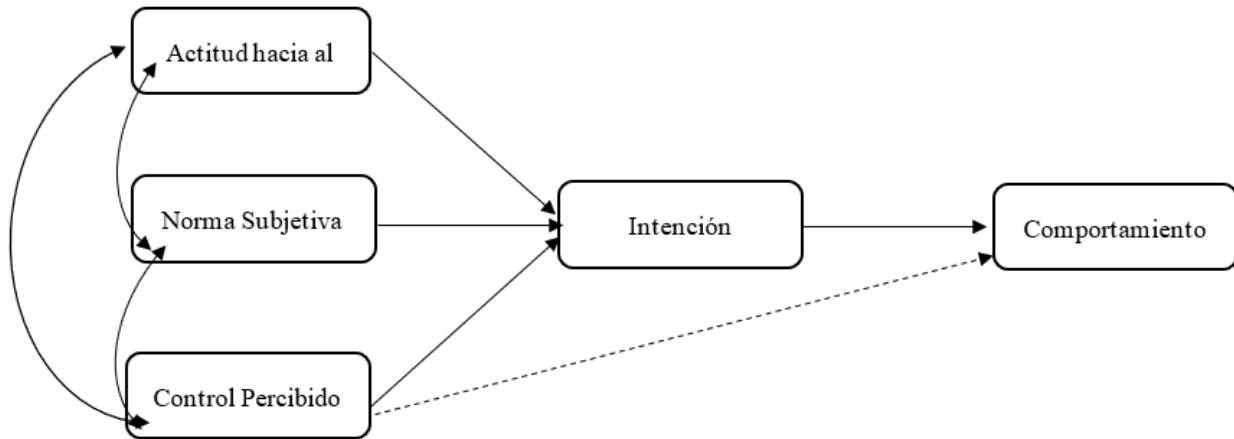
En ese sentido, las universidades tienen un rol importante para el desarrollo de aptitudes que contribuyan a la formación del emprendedor, por ello, la IE específicamente en estudiantes universitarios ha sido objeto de varios estudios en los últimos años. Según Galindo-Martín et al., (2016) hay que comprender el papel de la educación, de la formación de capital humano, ya que, esa formación es importante tanto para lograr procesos productivos que sean más eficientes como para estimular la creación e introducción de innovaciones.

Ahora si se tiene en cuenta que, *“las directrices, la práctica y evaluaciones posibilitan el espíritu emprendedor y la innovación, además contribuyen a eliminar o reducir los obstáculos, y favorecen la producción de aptitudes adecuadas y brindan los instrumentos adecuados”* (Drucker, 2017: 224), se comprendería que en este proceso las metodologías utilizadas para la educación del emprendedurismo dentro de la formación universitaria tiene un rol fundamental en la orientación hacia la IE.

Las universidades, deben incentivar la IE, siendo ese uno de los propósitos fundamentales de la educación del emprendedurismo (EE), y si bien la educación puede o debería colaborar a la mejora de actitudes favorables hacia emprendimiento y fortalecer los aspectos de competencia, puede tener el efecto contrario si no es la formación apropiada (Ynzunza Cortés & Izar Landeta, 2020).

Entre las teorías de análisis de la IE, la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) desarrollada por Ajzen, (1991), ha sido utilizada como base para la construcción de distintos instrumentos de análisis de la intención emprendedora (Alfonso Cortez & Hauck Filho, 2020). Según la teoría de Ajzen, es posible predecir las intenciones de un individuo hacia un determinado comportamiento con alta precisión, las actitudes hacia comportamiento conjuntamente con las normas subjetivas y la percepción de control del comportamiento, son capaces de explicar el comportamiento real de un individuo (Ajzen, 1991).

Gráfico 1 - Teoría del Comportamiento Planificado-Ajzen 1991



Fuente: Elaboración propia basado en (Ajzen, 1991).

Para Ajzen, (1991), la TCP, la intención, la percepción del control del comportamiento, la actitud hacia el comportamiento y la norma subjetiva revelan cada uno, un aspecto diferente del comportamiento, y cada uno puede servir como punto de ataque en los intentos de cambiar el comportamiento de los individuos (Ajzen, 1991).

Por lo anteriormente mencionado, se establece como objetivo de esta investigación, analizar el perfil y la intención emprendedora de estudiantes de último año de todas las carreras ofertadas por la Universidad Nur en Santa Cruz-Bolivia, con el propósito de identificar factores que contribuyen a incentivar el desarrollo de la intención emprendedora, buscando generar conocimiento en el ámbito nacional referente al tema.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, según su finalidad es aplicada, por su objetivo descriptiva, con corte temporal transversal, se ha utilizado métodos teóricos de análisis-síntesis, inducción-deducción y empíricos de medición, utilizando como instrumento de medición un cuestionario de intención emprendedora CIE basado en los instrumentos validado y utilizado por (Valenzuela-Keller & Gálvez-Gamboa & García-Ramírez & González-Ibarra, 2022), así como el cuestionario utilizado por (Laguía & Moriano & Gámez & Molero, 2017). El instrumento tiene como objetivo medir la IE basado en el TCP, consta de 2 secciones, la primera sección se ha destinado a identificar el perfil de los estudiantes y la segunda sección utilizando 25 afirmaciones, que son distribuidas en cuatro dimensiones, se ha medido la IE del grupo de estudio.

Para la aplicación del instrumento, se ha realizado una validación por experto realizando una adaptación del instrumento al contexto boliviano y por Alfa de Cronbach, con un nivel de confiabilidad de 0.95, con la aplicación del instrumento a un grupo de control con características similares al grupo objetivo.

Se determinó como población de estudios, los estudiantes de pregrado de la Universidad Nur que estén cursando el último año de su carrera, es decir, que asistan a materias de último año y que hayan vencido más de 145 créditos del total requerido para su graduación.

Según datos brindados por la Universidad Nur, la población del presente estudio es de 531 estudiantes que se encuentran en el último año de sus carreras.

Como criterio de inclusión se tiene a todos los estudiantes que estén cursando de forma presencial a una de las

materias referentes a los últimos semestres de su carrera, que haya asistido a clases en el periodo de la toma de muestra del 11/05/2022 hasta 18/05/2022. Las carreras de Psicología, Redes y Comunicaciones, y Ciencias de la Nutrición, no poseen estudiantes de los últimos semestres, por lo cual fueron excluidas de este estudio.

Muestra: Se aplicó la encuesta a un total de 220 estudiantes¹ de todas las carreras de la Universidad Nur de su sede en Santa Cruz – Bolivia.

Tabla 1 – Número de estudiantes encuestados por carreras ofertadas Universidad Nur

Área	Carrera	#Estudiantes
Área de Ciencias Administrativas y Financiera	Administración	22
	Contaduría Publica	31
	Ingeniería Comercial	39
	Ingeniería Financiera	20
	Marketing	16
Subtotal Área		128
Área Ciencias Sociales y Humanistas	Comunicación Social	28
	Relaciones Publicas	5
	Turismo	6
Subtotal Área		39
Área Ciencias Jurídicas y Diplomáticas	Derecho	25
	Relaciones Internacionales	16
Subtotal Área		41
Área Ciencias Tecnológicas	Ingeniería de Sistemas	12
Subtotal Área		12
Total encuestas		220

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

La primera sección del instrumento adaptado de (Laguía *et al.*, 2017) ha sido utilizado para identificar el perfil de los estudiantes encuestados de los cuales, 67,3% son mujeres y 32,7% hombres, el 87,7% tiene entre 20-25, el 88,6% indican como lugar de nacimiento Santa Cruz y el 90,5% ser residentes en la capital cruceña, el 65,9% se reconoce como clase media, 21,8% media-alta, 9,1% media-baja, 1,8% baja y 1,4% alta. Con relación a la formación emprendedora el 64,1% indica que ha realizado alguna materia o curso sobre emprendedurismo, cuando refiriéndose a su entorno el 77,7% afirma que tiene algún familiar cercano que sea o haya sido empresario o tenga su negocio propio y el 80% dice conocer más de 3 personas que sean o hayan sido empresarios o tenga un negocio propio.

1 Se consideró la aplicación de Muestreo Aleatorio Simple al contar con el Directorio de los estudiantes, trabajando con una confianza de 95%, error tolerable de 5% y una estimación máxima de variabilidad ($p/q=1$).

Tabla 2 - Perfil Sociodemográfico de la muestra

Variable		Frecuencia	%
Edad	Entre 20-25 años	193	87,7%
Sexo	Hombre	72	32,7%
	Mujer	148	67,3%
Clase Social	Baja	4	1,8%
	Media Baja	20	9,1%
	Media	145	65,9%
	Media Alta	48	21,8%
	Alta	3	1,4%

Fuente: Elaboración propia

La segunda sección adaptado de (Valenzuela-Keller *et al.*, 2022) utilizando 25 afirmaciones, que son distribuidas en cuatro dimensiones, Actitud emprendedora (AE), Norma Subjetiva (NS), Autoeficacia Emprendedora (AF) e Intención Emprendedora (IE), se ha medido la intención emprendedora de los estudiantes que respondieron a las afirmaciones utilizando una escala Likert de grado de acuerdo de 6 niveles.

Construcción de Indicadores

En base al instrumento de medición se han definido una serie de variables para tipificar las cuatro dimensiones: Actitud emprendedora (AE), Norma Subjetiva (NS), Autoeficacia Emprendedora (AF) e Intención Emprendedora (IE), en base a ello se tienen los siguientes resultados, considerando la escala de Likert de seis categorías, considerando que el uno es el valor mínimo que representa “muy en desacuerdo” y el seis es el valor máximo que significa “totalmente de acuerdo”; procesando las respuestas como variables cuantitativas, se presentan los resultados de cada variable que conforma la dimensión.

Para el caso de la Actitud Emprendedora (AE) se tienen los siguientes resultados.

Gráfico 2- Variables Actitud Emprendedora



Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo se analizan las correlaciones significativas al nivel de confianza del 95%.

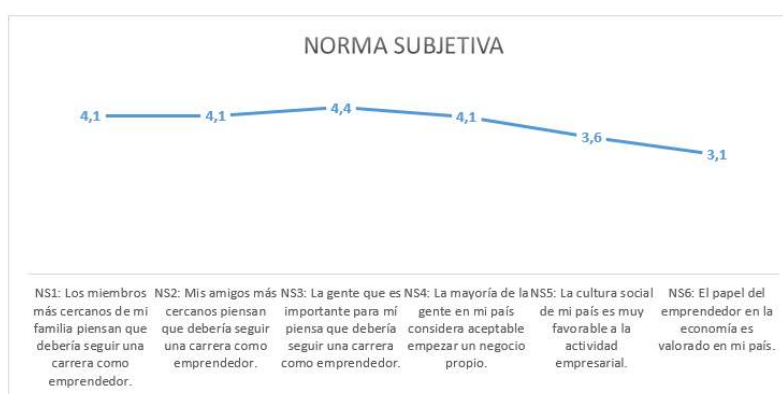
Tabla 3- Correlación Variables Actitud Emprendedora

	AE1	AE2	AE3	AE4	AE5	AE6
AE1						
AE2	0.51					
AE3	0.33	0.65				
AE4	0.35	0.61	0.67			
AE5	0.40	0.55	0.50	0.60		
AE6	0.41	0.65	0.66	0.71	0.85	

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se evidencia en la tabla 3 se tienen correlaciones positivas y significativas entre todas las variables.

Del mismo modo se procede a analizar las seis variables que construyen el índice de la dimensión de “Norma Subjetiva”.

Gráficos 3 - Variables Norma Subjetiva

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo se analizan las correlaciones significativas al nivel de confianza del 95%.

Tabla 4 - Correlación Variables Norma Subjetiva

	NS1	NS2	NS3	NS4	NS5	NS6
NS1						
NS2	0.64					
NS3	0.63	0.78				
NS4	0.29	0.29	0.35			
NS5	0.19	0.19	0.22	0.64		
NS6	0.14	0.10*	0.15	0.46	0.54	

(*) Correlación no significativa al 95% de confianza.

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 4 se observa que todas las correlaciones son positivas, sin embargo, la correlación lineal entre las variables NS2 y NS6 no es significativa el nivel del 95%.

Del mismo modo se procede a analizar las seis variables que construyen el índice de la dimensión de “Autoeficiencia Emprendedora”.

Gráfico 4- Variables Autoeficiencia Emprendedora



Fuente: Elaboración Propia

Del mismo modo se analizan las correlaciones significativas al nivel de confianza del 95%.

Tabla 5- Correlación Variables Autoeficiencia Emprendedora

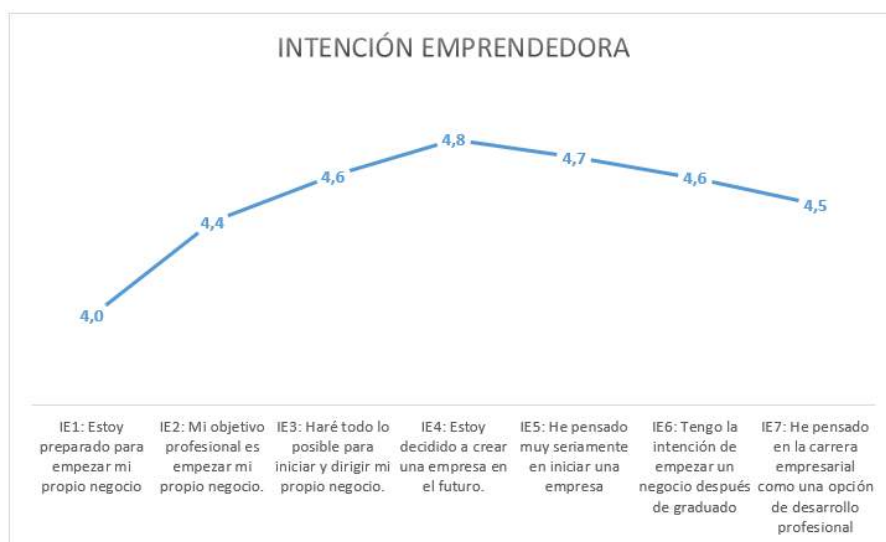
	AF1	AF2	AF3	AF4	AF5	AF6
AF1						
AF2	0.65					
AF3	0.41	0.55				
AF4	0.39	0.57	0.51			
AF5	0.35	0.49	0.46	0.70		
AF6	0.45	0.56	0.56	0.57	0.57	

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se evidencia en la tabla 5 se tienen correlaciones positivas y significativas entre todas las variables.

Se analizan las siete variables que construyen el índice de la dimensión de “Intención Emprendedora”.

Gráfico 5- Variables Intención Emprendedora



Fuente: Elaboración Propia

Del mismo modo se analizan las correlaciones significativas al nivel de confianza del 95%.

Tabla 6 - Correlación Variables Intención Emprendedora

	IE1	IE2	IE3	IE4	IE5	IE6	IE7
IE1							
IE2	0.48						
IE3	0.60	0.78					
IE4	0.45	0.60	0.74				
IE5	0.54	0.69	0.82	0.79			
IE6	0.48	0.63	0.72	0.70	0.78		
IE7	0.44	0.60	0.62	0.53	0.63	0.56	

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se evidencia en la tabla 6 se tienen correlaciones positivas y significativas entre todas las variables.

Para validar la consistencia de esta construcción de variable se procedió a ejecutar un Análisis Factorial Confirmatorio, del cual se obtuvieron los resultados siguientes.

Tabla 7 Estadísticos Análisis Factorial

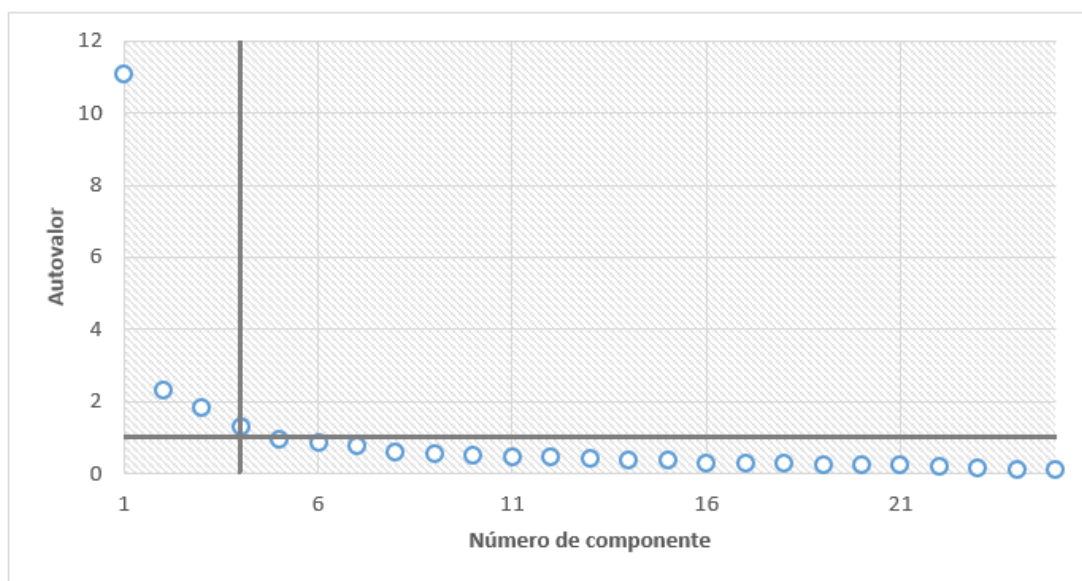
Medida Criterio de Raíz Latente		0.924
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado	3869.064
	Grados de Libertad	300
	p-valor	0.000

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la información expresada en la tabla 7, el indicador Criterio de Raíz Latente al ser superior a 0.500 presenta la consistencia necesaria para plantear el uso del Análisis Factorial con las variables que construyen a las cuatro dimensiones (Hair & Anderson & Tatham & Black, 1999:92). Asimismo, se prueba la hipótesis de esfericidad de Bartlett, que implica la inexistencia de correlación en la base de datos, misma que es rechazada al presentar un p-valor menor a 0.05; validando de esta manera la posibilidad de realizar el Análisis Factorial.

Aplicando el análisis factores sobre las 25 variables evaluadas, seis para Actitud emprendedora (AE), seis para Norma Subjetiva (NS), seis para Autoeficacia Emprendedora (AF) y siete para Intención Emprendedora (IE), se observa en la ilustración 6, la construcción de los factores.

Gráfico 6 - Gráfico de Sedimentación del Análisis Factorial



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la línea horizontal, que representa el Criterio de Raíz Latente que indica que deben ser retenidos en el Análisis Factorial aquellos que presenten un auto valor superior a uno, existen cuatro factores para agrupar las 25 variables citadas. Este dato es altamente relevante ya que la cantidad de factores encontrados coincide con la cantidad de dimensiones conceptuales (AE, NS, AF e IE). Asimismo, la línea vertical indica la porción de información que contienen estos cuatro factores respecto a la base de datos, para este caso retienen el 66.06% de la información.

En base a estas conclusiones se puede realizar la clasificación de las 25 variables en función de los cuatro factores, para evaluar si se confirma la pertenencia de cada variable con su dimensión correspondiente.

Tabla 8 - Matriz de Componentes Rotados

FACTOR	1	2	3	4
AE1: Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	0.46*	0.07	0.11	0.32
AE2: Una carrera como emprendedor es atractiva para mí.	0.79*	0.09	0.12	0.13

AE3: Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría empezar mi negocio propio.	0.79*	0.07	0.03	0.18
AE4: Ser un emprendedor implicaría una gran satisfacción para mí.	0.77*	0.08	0.22	0.07
AE5: Entre varias opciones, preferiría ser un emprendedor.	0.66*	0.28	0.34	0.02
AE6: Es atractivo para mí convertirme en un emprendedor.	0.78*	0.19	0.30	0.08
NS1: Los miembros más cercanos de mi familia piensan que debería seguir una carrera como emprendedor.	0.26	0.23	0.75*	0.12
NS2: Mis amigos más cercanos piensan que debería seguir una carrera como emprendedor.	0.37	0.24	0.78*	0.11
NS3: La gente que es importante para mí piensa que debería seguir una carrera como emprendedor.	0.26	0.28	0.81*	0.15
NS4: La mayoría de la gente en mi país considera aceptable empezar un negocio propio.	0.13	0.16	0.23	0.74*
NS5: La cultura social de mi país es muy favorable a la actividad empresarial.	0.10	0.11	0.06	0.84*
NS6: El papel del emprendedor en la economía es valorado en mi país.	0.00	0.11	-0.02	0.81*
AF1: Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí.	0.22	0.53*	0.17	0.34
AF2: Estoy preparado para empezar un negocio.	0.32	0.74*	0.06	0.22
AF3: Como emprendedor, tendría suficiente control sobre mis negocios.	0.38	0.61*	0.04	0.09
AF4: Conozco lo necesario para iniciar un mi negocio propio.	0.14	0.81*	0.19	0.03
AF5: Sé cómo desarrollar un proyecto empresarial.	0.05	0.79*	0.22	0.01
AF6: Si tratara de iniciar un mi negocio propio, tendría una alta probabilidad de tener éxito.	0.30	0.66*	0.26	0.16
IE1: Estoy preparado para empezar mi propio negocio	0.31	0.73*	0.17	0.15
IE2: Mi objetivo profesional es empezar mi propio negocio.	0.70*	0.34	0.22	-0.05
IE3: Haré todo lo posible para iniciar y dirigir mi propio negocio.	0.73*	0.42	0.23	-0.01
IE4: Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	0.74*	0.31	0.11	0.04
IE5: He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	0.79*	0.33	0.17	0.08
IE6: Tengo la intención de empezar un negocio después de graduado	0.74*	0.34	0.09	0.13
IE7: He pensado en la carrera empresarial como una opción de desarrollo profesional	0.57*	0.38	0.27	-0.02

(*) Factor de Pertenencia

Fuente: Elaboración propia

Se observa, en base a la tabla 9 el factor de pertenencia de cada variable, esto se puede resumir de acuerdo con la siguiente información.

Tabla 9 - Resumen Análisis Factorial

Factor	Variables
1	AE1, AE2, AE3, AE4, AE5, AE6, IE2, IE3, IE4, IE5 e IE6
2	AF1, AF2, AF3, AF4, AF5, AF6 e IE1
3	NS1, NS2 y NS3
4	NS4, NS5 y NS6

Fuente: Elaboración propia

Se observa, que en el Factor 1 están todas las variables de la dimensión Actitud Emprendedora (AE) y casi todas las variables de la Intención Emprendedora (IE), en el Factor 2 están todas las variables de la Autoeficacia Emprendedora (AF) y una variable de la Intención Emprendedora (IE); mientras que las variables de Norma Subjetiva (NS) están distribuidas entre los factores 3 y 4, este resultado expone congruencia con el marco teórico, ya que no existe una relación directa entre la dimensión de Norma Subjetiva (NS) con la Intención Emprendedora (IE).

Bajo la premisa de exponer la validez del instrumento y su coherencia con el marco teórico citado (Virla, 2010), se realizó el análisis de fiabilidad de la base de datos en base al Alfa de Cronbach para cada dimensión representado en la tabla 10 donde AE: 0,88; NS: 0,78; AF: 0,86; IE: 0,92, el Alfa de Cronbach del instrumento encontrado fue de 0,94.

Tabla 10 - Alfa de Cronbach de las Dimensiones

Dimensión	Alfa de Cronbach
AE	0,88
NS	0,78
AF	0,86
IE	0,92
TOTAL	0,94

Fuente: Elaboración propia

Todos estos valores al estar por encima de 0.50 indican que cada dimensión de manera individual presenta un nivel representativo de fiabilidad, al igual que el instrumento en su conjunto.

En lo expuesto de la tabla 11 se puede observar que se han construido las dimensiones: Actitud emprendedora (AE), Norma Subjetiva (NS), Autoeficacia Emprendedora (AF) e Intención Emprendedora (IE), como promedio simple de las variables que la construyen, es decir, las dimensiones han sido estimados como constructos de combinaciones lineales.

Tabla 11 - Estadísticos Descriptivos

DIMENSIÓN	AE	NS	AF	IE
Observaciones	220	220	220	220

Mínimo	1.67	1.00	1.00	1.00
Máximo	6.00	6.00	6.00	6.00
Promedio	4.89	3.91	3.94	4.52
Desviación Estándar	0.91	0.93	0.95	1.14
Asimetría	-1.21	-0.54	-0.35	-0.87
Curtosis	1.59	0.68	0.27	0.38
Jarque Bera	77.93	15.00	5.26	29.34
p-valor	0.00	0.00	0.07	0.00

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11 se observan los valores mínimos y máximos, en todos los casos los máximos asumen el valor de seis, pero solo en la Actitud emprendedora (AE) tiene un valor mínimo diferente a uno. El promedio más alto es de la Actitud emprendedora (AE) y el más bajo es el Norma Subjetiva (NS); del mismo modo se puede apreciar que la dimensión con más volatilidad es la Intención Emprendedora (IE).

Un detalle importante es que las cuatro dimensiones tienen coeficientes de asimetría negativos y curtosis positiva, es decir, la mayoría de las observaciones están por encima de los valores promedio y que existen valores con frecuencia en los extremos, es decir son variables de *colas pesadas*.

A efecto de evaluar la normalidad de las variables creadas se aplicó la prueba de Jarque – Bera, mismo que busca probar la hipótesis dual que el coeficiente de asimetría y curtosis en la población de cada variable corresponden a los valores de una distribución normal (Gujarati & Porter, s. f.: 132) Tal como puede evidenciarse en la tabla 11 la única variable que presenta un p-valor (*p-value*) superior 0.05 es la Autoeficacia Emprendedora (AF); por ello no se descarta la normalidad de esta variable.

Construcción del Modelo

En correspondencia al marco teórico y al análisis de la consistencia de la información levantada en la base de datos se plantea un modelo multiecuacional de acuerdo con el siguiente detalle.

Tabla 12 - Modelo Multiecuacional

Relación Principal	$IE = \alpha_1 + \alpha_2 AE + \alpha_3 AF$
Relaciones de Interdependencia	$E = \gamma_1 + \gamma_2 AF + \gamma_3 NS$ $AF = \delta_1 + \delta_2 AF + \delta_3 NS$
Relación Secundaria	$IE = \beta_1 + \beta_2 AF$

Fuente: Elaboración propia

Considerando lo expresado en la tabla 11 y la aplicación de estimación de parámetros mediante mínimos cuadrados ordinarios se tienen los siguientes resultados.

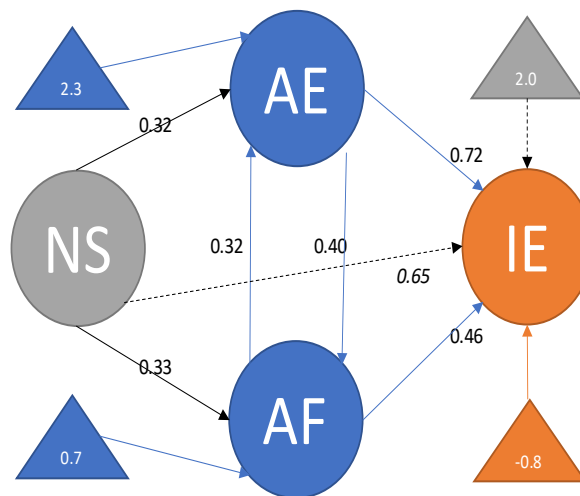
Tabla 13 - Resultados Modelo Multiecuacional

Relación Principal	$IE = -0.8 + 0.72AE + 0.46AF$
Relaciones de Interdependencia	$AE = 2.3 + 0.40AF + 0.32NS$
	$AF = 0.7 + 0.32AE + 0.33NS$
Relación Secundaria	$IE = 1.97 + 0.65NS$

Fuente: Elaboración propia

Es importante mencionar que todos los coeficientes de la tabla 13 son significativos al nivel de confianza de 95%; por ello se pueden identificar algunas conclusiones relevantes de las relaciones entre las dimensiones:

- La Actitud Emprendedora (AE) tiene un impacto de 1.54 a 1.00 respecto a la Autoeficacia Emprendedora (AF) sobre la Intención Emprendedora (IE).
- La incidencia de la Norma Subjetiva (NS) sobre la Actitud Emprendedora (AE) y la Autoeficacia Emprendedora (AF) es prácticamente igual.
- La interrelación de dependencia de la Actitud Emprendedora (AE) respecto a la Autoeficacia Emprendedora (AF) es mayor que su coeficiente inverso (0.40 versus 0.32).
- La relación secundaria entre la Intención Emprendedora (IE) y la Norma Subjetiva (NS) presenta una relación significativa, aunque de menor impacto que la relación principal.

Gráfico 7 - Representación Modelo Multiecuacional

Fuente: Elaboración propia

En la figura 7, se observa la representación de los resultados entre las cuatro dimensiones analizadas.

Análisis Estructural

Más allá de plantear la comprensión entre las cuatro dimensiones, entendiendo a la Intención Emprendedora (IE) como el resultante de las tres primeras, y condicionante para el comportamiento emprendedor, es importante identificar la relación de las variables de clasificación de los individuos encuestados para definir políticas

y acciones de trabajo, es por ellos que se plantea un Análisis de Varianza (ANOVA) de cada dimensión respecto a varias variables relevadas en el estudio. (Gujarati & Porter, 2010:860)

Tabla 14 - Resumen de ANOVA (p-valor)

DIMENSIÓN	AE	NS	AF	IE
Sexo	0.38	0.66	0.08	0.11
Edad	0.00*	0.33	0.05	0.10
Carrera que estudia	0.02*	0.12	0.00*	0.00*
Semestre que cursa	0.50	0.43	0.37	0.59
Ha cursado alguna materia o curso sobre emprendedurismo	0.29	0.07	0.00*	0.00*
Ha sido autoempleado (emprendiendo por cuenta propia)	0.04*	0.98	0.00*	0.00*
Nivel de estudios más alto alcanzado por su Padre	0.34	0.98	0.29	0.46
Nivel de estudios más alto alcanzado por su Madre	0.31	0.30	0.05*	0.34
Grupo socioeconómico de pertenencia	0.07	0.00*	0.01*	0.04*
Algún miembro cercano de su familia es o ha sido empresario (negocio propio)	0.38	0.03*	0.34	0.20
Personas cercanas es o ha sido empresario (negocio propio)	0.00*	0.01*	0.11	0.00*

(*) Relación significativa con una confianza de 95%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 14, se exponen los p-valores para las pruebas ANOVA de cada dimensión en función de las 11 variables analizadas, en base a esta tabla se puede resumir la relación de la siguiente manera.

Tabla 15 - Resumen de ANOVA

VARIABLE	DIMENSIONES
Sexo	Ninguna
Edad	AE
Carrera que estudia	AE, AF e IE
Semestre que cursa	Ninguna
Ha cursado alguna materia o curso sobre emprendedurismo	AF e IE
Ha sido autoempleado (emprendiendo por cuenta propia)	AE, AF e IE
Nivel de estudios más alto alcanzado por su Padre	Ninguna
Nivel de estudios más alto alcanzado por su Madre	AF
Grupo socioeconómico de pertenencia	NS, AF e IE
Algún miembro cercano de su familia es o ha sido empresario (negocio propio)	NS
Personas cercanas es o ha sido empresario (negocio propio)	AE, NS e IE

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 14, se pueden llegar a las siguientes conclusiones.

- El sexo, semestre que cursa el estudiante y el nivel de estudios que ha cursado el padre del estudiante no tienen ninguna incidencia sobre ninguna de las dimensiones.
- La edad del estudiante influye únicamente sobre la Actitud Emprendedora (AE).
- El nivel de estudios que ha cursado la madre del estudiante tiene relación con la dimensión de Autoeficacia Emprendedora (AF).
- La dimensión de Norma Subjetiva (NS) está en función la percepción de grupo socioeconómico y si conoce un familiar o persona cercana que es o ha sido empresario.
- La formación a través de materias o cursos de emprendedurismo tiene un impacto sobre la Autoeficacia Emprendedora (AF) y la Intención Emprendedora (IE).
- La carrera que del estudiante y si ha sido o no autoempleado inciden en las dimensiones de Actitud Emprendedora (AE), Autoeficacia Emprendedora (AF) e Intención Emprendedora (IE).

DISCUSIÓN

En la presente investigación se propuso como objetivo general identificar el perfil y la intención emprendedora de los estudiantes de último año de la Universidad Nur en su sede Santa Cruz – Bolivia, además de identificar los factores promotores de la intención emprendedora, se resalta que, según los resultados la realización de un curso de emprendedurismo tiene un impacto positivo sobre la AF e IE, lo mismo no se puede decir de las dimensiones AE y NS ya que no se encontró relación con estas variables. Teniendo en consideración que la AF hace referencia a la capacidad percibida del individuo para realizar el comportamiento emprendedor, y la IE a la motivación y esfuerzo que el mismo está dispuesto a realizar para emprender, se puede concluir que la realización de los cursos de emprendedurismo puede brindar herramientas que colabore a que los participantes se sientan más preparados para el comportamiento emprendedor.

Además, se pretendía identificar a través de dos variables, la primera: ¿Tiene algún miembro cercano de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padres, hermanos, abuelos, tíos o primos)?

Y ¿Cuántas personas cercanas de a ti conoces que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (amistades, colegas, vecinos, compañeros de trabajo)? Si la exposición a entornos de emprendedurismo tiene un impacto sobre la intención emprendedora. Como resultado se ha encontrado relación entre la primera variable y las dimensiones AE, AF, IE, pero si con NS. En el caso de la segunda variable, si se relaciona positivamente con AE, NS y IE, no así con AF. Lo que se observa es que ambas variables tienen una relación positiva con NS, que hace referencia al ambiente social percibido por los estudiantes que condiciona el actuar del comportamiento emprendedor, es decir, un entorno emprendedor mejora la visión de la NS.

El tener experiencia con el auto empleo tiene una relación directa con las variables AE, AF, IE, no así con NS, se interpreta que los estudiantes que en algún momento han colocado en práctica el comportamiento emprendedor se siente más preparados, con más capacidades y MOTIVACIONES para repetir el comportamiento, aun considerando que su entorno NS no sea favorable, es decir, la práctica lleva a la repetición del comportamiento.

CONCLUSIONES

Algunas limitaciones a considerarse, la muestra está compuesta por estudiantes de todas las carreras ofertadas por la Universidad Nur, con la finalidad de que fuera un grupo más heterogéneo, y no solamente de estudiante del área empresarial, sin embargo, se trata de una institución privada, generando la posibilidad de ampliar el estudio a otras universidades públicas y privadas del país, debiendo considerarse además que se trata de una investigación de corte transversal, siendo necesario ampliar el estudio para el seguimiento de la intención emprendedora de los estudiantes e identificar si esa intención se concretiza.

Según Laguía et al., (2017), para promover la intención emprendedora en estudiantes es necesario tener el conocimiento de qué lleva a los universitarios a emprender y eso permitirá una mejor estructuración de la metodología y programas en el área. En esta investigación se ha considerado además que es importante obtener información referente al entorno del estudiante, entendiéndolo que los estudiantes desarrollan características personales que pueden fomentar el emprendedurismo de acuerdo al entorno cercano que tiene una influencia sobre su vida y que conjuntamente con la educación pueden determinar el comportamiento emprendedor. (Rosado-Cubero & Freire-Rubio & Hernández, 2022) “En el proceso del emprendedurismo se espera que el entorno social, donde el individuo interactúa, tenga un rol crucial (facilitando o restringiendo) la intención y selección de la carrera.” (Canever et al., 2017).

Si bien existe un escepticismo si emprendedurismo puede efectivamente ser enseñado dentro de un aula, de forma académica, varias universidades creen que hay un espacio para la educación formal en el ámbito del emprendedurismo. (Bhatia & Levina, 2020), desde nuestro punto de vista, para desarrollar esa orientación hacia la intención emprendedora es necesario fomentar al estudiante que se exponga a cursos, talleres, conferencias, visitas a emprendimiento y actividades que lo permitan sentir preparados para la acción, y las universidades deberán promover no solamente el conocimiento teórico de esta disciplina, sino que propiciar la posibilidad de participación en actividades prácticas que normalicen la acción emprendedora.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfonso Cortez, P., & Hauck Filho, N. (2020). Revisão de literatura de instrumentos de avaliação de intenção empreendedora. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.3023>
- Bhatia, A. K., & Levina, N. (2020). Can Entrepreneurship Be Taught in a Classroom? *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2020/08/can-entrepreneurship-be-taught-in-a-classroom>
- Da Silva Maciel, J., Oliveira Homrich, P., Krüger, C., & Minello, I. F. (2019). Análise quantitativa e descritiva da intenção empreendedora em alunos de uma instituição de ensino superior. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, febrero. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/02/intencao-empreendedora-alunos.html>
- Drucker, P. F. (2017). *Inovação e Espírito Empreendedor (Entrepreneurship): Prática e Princípios*. (C. Malferrari, Trad.). Edição revista Cengage Learning.
- Gujarate & Porter *Econometria-damodar-n-gujarati-5ta-ed.pdf*. (s. f.). Recuperado 29 de agosto de 2022, de <https://fvela.files.wordpress.com/2012/10/econometria-damodar-n-gujarati-5ta-ed.pdf>
- Galindo-Martín, M. Á., Méndez-Picazo, M. T., & Castaño-Martínez, M. S. (2016). Crecimiento, progreso económico y emprendimiento. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(1), 62-68. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.006>
- Hair, Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (s. f.). *Análisis Multivariante*, 5ta Edición. Recuperado 29 de Agosto de 2022, de <https://idoc.pub/documents/analisis-multivariante-5ta-edicion-joseph-f-hair-librosvirtualcom-vnd5d109k9lx>
- Laguía, A., Moriano, J. A., Gámez, J. A., & Molero, F. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Em-

prendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1).
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsyl6-1.vcie>

Martínez-Gregorio, S., Badenes-Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: A meta-analysis. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100545. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100545>

Valenzuela-Keller, A., Gálvez-Gamboa, F., García-Ramírez, I., & González-Ibarra, J. (2022). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Chile: El rol de la formación y la educación en emprendimiento. *Revista Complutense de Educación*, 33(1), 167-176. <https://doi.org/10.5209/rced.73888>

Virla, M. Q. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2) (248-252), 6. <https://www.re-dalyc.org/articulo.oa?id=99315569010>

Ynzunza Cortés, C. B., & Izar Landeta, J. M. (2020). La intención emprendedora en jóvenes universitarios. Un estudio de caso en Querétaro. *Economía Coyuntural*, 5(4), 161-203. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2415-06222020000400008&lng=es&nrm=iso&tlng=es