



IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH

ISSN: 2007-4336

ISSN: 2448-8550

revista@rediech.org

Red de Investigadores Educativos Chihuahua A. C.

México

Messina Scolaro, María del Carmena; Hernández
Sánchez, Brizeida; Sánchez García, José Carlos
La intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias
Económicas y de Administración de la Universidad de la República
IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH, vol. 15, e1946, 2024, Enero-Diciembre
Red de Investigadores Educativos Chihuahua A. C.
Chihuahua, México

DOI: https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v15i0.1946

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521676741045>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

La intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República

The entrepreneurial intention of the students from the Faculty of Economic Sciences and Administration of Universidad de la República

María del Carmina Messina Scolaro • Brizeida Hernández Sánchez • José Carlos Sánchez García

RESUMEN

El estudio del emprendimiento desde una mirada multidisciplinaria lleva a la importancia de aplicar las perspectivas sociodemográficas y psicológicas a una población de estudiantes universitarios, a un estudio que permita conocer las variables sociodemográficas y la percepción que los estudiantes universitarios tienen sobre sus características y condiciones para emprender, y la influencia de estas en su intención emprendedora. Esta investigación tiene el objetivo de conocer las características sociodemográficas y las percepciones de características y condiciones que tienen los estudiantes universitarios, con el fin de identificar cuáles son las variables que, en forma individual o agrupadas, influyen directamente o a través de las variables mediadoras en la intención emprendedora. Para ello se obtuvo una muestra de estudiantes universitarios a la cual se le hizo un análisis estadístico que comprobó que cada variable es predictora de la intención emprendedora. Agrupando las variables en *factor externo* y *factor interno* y usando las variables de la *Teoría de la conducta planificada* (motivación, norma subjetiva y control conductual percibido) como mediadoras, se obtuvo que el factor externo no tiene relación directa, pero sí a través de las mediadoras, mientras que, el factor interno tiene relación directa en la muestra y a través de las mediadoras.

Palabras clave: Intención emprendedora, variables predictoras, estudiantes universitarios.

ABSTRACT

The study of entrepreneurship from a multidisciplinary perspective leads to the importance of applying sociodemographic and psychological perspectives to a population of University students, to a study that allows us to know the sociodemographic variables and the perception that University students have about their characteristics and conditions for entrepreneurship, and the influence of these on their entrepreneurial intention. This research has the objective of knowing the sociodemographic characteristics and the perceptions of characteristics and conditions that University students have, in order to identify which variables, individually or grouped, influence directly or through mediating variables on entrepreneurial intention. To do this, a sample of University students was obtained, from which the statistical analysis performed verified that each variable is a predictor of entrepreneurial intention. Grouping the variables into *external factor* and *internal factor* and using the variables of the Theory of Planned Behavior (motivation, subjective norm and perceived behavioral control) as mediators, it was obtained that the external factor has no direct relationship, but through the mediators, while the internal factor has a direct relationship in the sample and through the mediators.

Keywords: Entrepreneurial intention, predictor variables, University students.

INTRODUCCIÓN

La importancia del emprendimiento estudiado desde diferentes perspectivas que se han ido incorporando a lo largo del tiempo, con un fuerte desarrollo de la perspectiva sociodemográfica y psicológica, lleva a la relevancia de disponer de información sobre las variables que integran esas diferentes perspectivas en diferentes poblaciones, para poder conocer la influencia de las mismas en la intención emprendedora.

Esta investigación comprende el estudio de variables de las perspectivas sociodemográfica y psicológica del estudio del emprendimiento, en una población de estudiantes universitarios. Es que a continuación se presentan diferentes estudios que han investigado esas variables, especialmente su influencia en la intención emprendedora.

Con relación a la perspectiva sociodemográfica se describen estudios que han investigado variables como el contexto familiar, el género, la educación y el entorno.

Si bien muchos autores sostienen que el contexto familiar empresarial es un factor determinante de la intención emprendedora, algunas investigaciones mencionan la inexistencia de esa relación (Fragoso et al., 2019).

Schmutzler et al. (2019) estudiaron cómo los entornos socioculturales próximos y distantes afectan la relación entre la autoeficacia emprendedora y las intenciones emprendedoras.

Vodă y Florea (2019) analizaron la intención emprendedora de los estudiantes rumanos, teniendo en cuenta también las diferencias de género y los posibles efectos moderadores. El género, la edad y el tipo de Facultad tuvieron un papel importante. Un porcentaje mucho mayor de hombres tiene la intención de emprender en com-

María del Carmena Messina Scolaro. Profesora Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República, Uruguay. Es Doctora en Psicología por la Universidad de Salamanca, España. Es coordinadora del MBA de la UDELAR y del Grupo de Investigación Emprendedora (GIE). Tiene estudios de Maestría en Emprendimiento, Innovación y Administración (Universidad de Salamanca y Universidad de Deusto). Autora de artículos, capítulos de libros, libros y manuales sobre emprendimiento y educación emprendedora. Correo electrónico: mcmessin@gmail.com. ID: <https://orcid.org/0000-0002-7046-3743>.

Brizeida Hernández Sánchez. Universidad de Salamanca, España. Cuenta con una trayectoria formativa que combina con una amplia y dilatada experiencia académica y profesional en la planificación de metodologías ágiles y aplicación de acciones; en la organización y gestión de proyectos curriculares y de innovación, en la mejora de los procesos de enseñanza y aprendizaje y en el diseño de recursos educativos personalizados. Miembro de GIR-USAL (España). Miembro del Sistema Nacional de Investigación SENACYT Panamá. Correo electrónico: brizeida@usal.es. ID: <https://orcid.org/0000-0001-5397-1546>.

José Carlos Sánchez García. Universidad de Salamanca, España. Es Doctor en Psicología, profesor universitario catedrático de Emprendimiento y Director del Departamento de Emprendimiento. Director del Programa de Doctorado en Psicología. Pasado decano, vicedecano de Universidad. Especialista en psicología de las organizaciones, consultor internacional en proceso emprendedor, emprendimiento en la universidad e intenciones emprendedoras. Es *coach* de emprendedores. Fundador y coordinador de los programas de formación de postgrados en la Universidad de Salamanca, entre ellos: Desarrollo emprendedor e innovación; Innovación social y economía solidaria; Consultoría y coaching ejecutivo. Correo electrónico: jsanchez@usal.es. ID: <https://orcid.org/0000-0002-2264-0696>.

paración con el porcentaje de mujeres. Asimismo, de los hombres con alta intención emprendedora, la gran mayoría estudiaba en la Facultad de Ingeniería Civil; de las mujeres con alta intención emprendedora, la mayoría estaba matriculada en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Tanto la necesidad de logro como el locus de control influyen en la intención emprendedora, mientras que hay una relación negativa pero significativa entre la educación emprendedora y la intención emprendedora. El género tuvo un efecto mucho mayor sobre la intención emprendedora que la edad y el tipo de profesorado. El género no modera entre los rasgos de la personalidad y la intención emprendedora. Por otro lado, la interacción entre género y educación emprendedora indicó que la intención emprendedora era diferente entre hombres y mujeres.

Valdivia et al. (2019) concluyen que los alumnos de los últimos cuatrimestres poseen la intención emprendedora más alta de la institución; la intención emprendedora de los alumnos de Ingeniería o Licenciatura es mayor que la de los alumnos que cursan Técnico Superior Universitario (TSU), con la única excepción del TSU de Tecnologías de Información y Comunicación, cuya intención emprendedora es superior a la de los alumnos que cursan la Ingeniería en Tecnologías de Información. Los alumnos que cursan carreras administrativas presentan el más alto índice de intención emprendedora, es decir, la Ingeniería en Desarrollo e Innovación empresarial sobresale del resto de las carreras; en cuanto a TSU, la carrera de Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia encabeza la lista. En ambos casos, 49% de los estudiantes presenta una escala alta en el índice de intención emprendedora. Sin embargo, cabe hacer mención de que la carrera de TSU de Administración área Capital Humano presenta números similares a los de la carrera de Diseño Digital área Animación, lo cual pone en duda lo planteado en el estudio en cuanto a que cursar asignaturas en el área del emprendimiento asegura un incremento en la intención emprendedora de los alumnos de la Universidad Tecnológica El Retoño.

En relación con la formación, Mora et al. (2019) comprobaron que el ecosistema emprendedor universitario explica también a la intención emprendedora, aunque no tan fuertemente como la norma subjetiva, sin embargo, su rol se vuelve importante cuando se introduce como mediador entre la norma subjetiva y la intención emprendedora.

En lo que respecta a las creencias normativas, sobresale en las relacionadas con el contexto universitario que apenas un poco más del 50% de los estudiantes está de acuerdo con que la universidad proporciona los conocimientos necesarios para ser profesional más que para ser empresario. Es decir, los estudiantes consideran positivo que la universidad les brinde los conocimientos para ser buenos profesionales, pero que el contexto universitario no los orienta a emprender (Mora et al., 2019).

En las creencias normativas relacionadas con el contexto familiar destacan: la gran mayoría de los estudiantes están de acuerdo en que sus padres los motivan a ser emprendedores; que sus familiares cercanos los motivan a ser emprendedores. Se puede afirmar que el contexto familiar es importante para que los estudiantes de la Universidad de Nariño emprendan. Y en las creencias normativas relacionadas con el contexto social y cultural, el 80% de estudiantes se declara totalmente de acuerdo y de acuerdo en que es mejor ser dueño de su propia empresa que ser empleado en una ajena, y tienen confianza en sus capacidades y no ven como limitante el hecho de no tener claro qué empresa quieren crear (Mora et al., 2019).

Schlepphorst et al. (2020) plantean cómo la experiencia laboral influye indirectamente a la intención de emprender a través de las capacidades empresariales percibidas y en la educación empresarial.

Tomy y Pardede (2020) enfatizan en el papel fundamental que juega la universidad en los estudiantes, que ayuda a tener mejor capacidad y seguridad para las medidas a tomar. Además, depende de la carrera que decidieron estudiar (Tehseen y Haider, 2021).

De Astudillo et al. (2021) hicieron una investigación de tipo exploratorio, con un enfoque cuantitativo, con una muestra de 1,507 estudiantes, de los cuales 820 eran de universidades públicas y 687 de universidades privadas de Ecuador. Los resultados mostraron que los estudiantes de la universidad pública y la universidad privada presentan diferencias en la percepción de deseabilidad, factibilidad e intencionalidad de crear una empresa. La deseabilidad y la factibilidad de crear una empresa son mayores en los estudiantes de la universidad privada. Con respecto a la intencionalidad, la universidad privada presenta una firme intención de crear una empresa, mayor a la pública. Por otra parte, el género no influye en la deseabilidad, la factibilidad o la intención emprendedora en la universidad pública, y en la privada solamente el género tiene relación de dependencia con la intención emprendedora. Para ambas muestras de estudiantes, los familiares empresarios influyen en su intención emprendedora, y en los dos entornos no existe relación de dependencia con la deseabilidad y la factibilidad.

En su investigación con estudiantes universitarios mexicanos, Torres et al. (2021) concluyen que la valoración social no incide en la intención emprendedora, ya que consideran que ejercer de empresario no es valorado. Además, se concluyó que el docente no incide en el desarrollo de la intención emprendedora, por lo que recomiendan revisar el perfil de los docentes que participan en la educación emprendedora.

En su investigación con estudiantes universitarios de Chile, Valenzuela-Keller et al. (2021) tuvieron como resultados que los estudiantes que han cursado asignaturas referidas a emprendimiento presentan mejores puntuaciones de intención empre-

dedora. También se probó que aquellos estudiantes que tienen experiencias previas en el mundo empresarial muestran una mejor intención emprendedora. Se encontró una relación significativa entre actitud, autoeficacia e intención por emprender, no así con respecto a las normas subjetivas.

Calzado (2023) en su tesis obtuvo como resultados que la educación emprendedora recibida por los estudiantes influye de forma indirecta en las intenciones emprendedoras de los estudiantes, a través de la actitud y el control percibido. Además concluyó que la COVID-19 tuvo un efecto moderador parcial, ya que ha moderado la relación entre la educación emprendedora recibida por los alumnos y la actitud.

En relación con la perspectiva psicológica, a continuación se presentan diferentes investigaciones que han analizado la influencia de diferentes variables en la intención emprendedora, y que han tratado de verificar el cumplimiento de la *teoría del comportamiento planificado* (TCP).

Son varias las investigaciones que han examinado la intención emprendedora de los estudiantes en diferentes entornos universitarios. Sánchez et al. (2005) hicieron una investigación con el objetivo de desarrollar un modelo psicológico integrador sobre la formación de intenciones emprendedoras en la Universidad de Salamanca, encontrando como las principales variables determinantes de la intención emprendedora la autoeficacia, la propensión al riesgo y la proactividad.

Sánchez et al. (2017) analizan si existen diferencias entre los estudiantes universitarios de España y Portugal en cuanto a la intención y el potencial emprendedor utilizando el instrumento PROE (Pesimismo, Realismo, Optimismo y Emprendimiento). Se concluye que existen diferencias significativas entre los estudiantes españoles y portugueses en su potencial emprendedor, realismo y optimismo, siendo el establecimiento de redes sociales y la motivación económica los factores diferenciales en las dos poblaciones.

En el estudio realizado por Espinoza et al. (2018) en estudiantes universitarios de Ecuador se concluye que los tres componentes de la teoría de la conducta planificada permiten predecir la intención de emprender en los individuos. Los estudiantes demuestran tener un fuerte conjunto de creencias necesarias para crear una empresa y la autoeficacia demostró una alta influencia de la percepción de la capacidad que tienen para iniciar un emprendimiento. La norma subjetiva no tiene una fuerte influencia comparada con las demás variables, sin embargo tiene una valoración diferente en los estudiantes de las universidades privadas y en los de las públicas, teniendo valores más altos en los estudiantes de las universidades privadas, ya que estos tienen mayor influencia social en el aspecto emprendedor debido a la experiencia de su entorno.

Galleguillos et al. (2019) investigaron, a través de una encuesta de 1,339 alumnos de pregrado de las Facultades de ingeniería, salud, humanidades, jurídicas y tecnológica en una universidad pública y acreditada en Chile, cuáles factores afectan la intención emprendedora, mediante la adaptación de la TCP. Los resultados fueron que la actitud, la norma subjetiva y el control de la conducta percibida son significativas y están positivamente relacionadas con la intención emprendedora.

En otro estudio, con una muestra de 2,218 estudiantes de 14 universidades en Vietnam se observó que la actitud es la variable con la mayor influencia en la intención emprendedora, seguida por la autoeficacia emprendedora. Estos hallazgos también muestran que la TCP se puede aplicar de manera efectiva en Vietnam (Doanh y Bernat, 2019).

Un estudio realizado aplicando una encuesta a una muestra de 485 estudiantes de 36 programas de Maestría en Administración en Colombia identificó nueve factores que determinan la intención emprendedora, de los cuales tres corresponden a normas sociales, dos son actitudes, dos pertenecen a control del comportamiento y dos atañen a aspectos socioeconómicos. Se concluye entonces que una mayor intención emprendedora se encuentra determinada por la combinación de este conjunto de variables, que en orden de importancia corresponden a normas sociales, actitudes y control de comportamiento, unidas a algunos aspectos socioeconómicos (Tarapuez et al., 2019).

Mora et al. (2019) comprobaron que la intención emprendedora se ve influenciada significativamente por la variable norma subjetiva y sus tres subdimensiones, sobre todo por la familia y los profesores.

Hassan et al. (2020) hicieron un estudio en una muestra de 334 estudiantes con experiencia en administración y negocios, en el que concluyeron que el reconocimiento de oportunidades y la autoeficacia muestran un impacto positivo significativo en la intención emprendedora de los estudiantes. La educación modera positivamente la relación autoeficacia-intención, y el género modera negativamente las relaciones reconocimiento de oportunidad-intención y autoeficacia-intención.

En relación a la modalidad de enseñanza, Mukesh et al. (2020) comprobaron que los estudiantes que fueron expuestos a la pedagogía del aprendizaje activo tendrían un nivel significativamente alto de autoeficacia empresarial e intención empresarial en comparación con aquellos con la pedagogía tradicional en el aula. También se encontró que la educación emprendedora tiene una influencia positiva en la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora en ambos grupos.

Shah et al. (2020) hicieron una investigación en varias instituciones de educación superior del Sultanato de Omán, que ofrecen un curso de emprendimiento obligatorio para todas las disciplinas a nivel de pregrado. Se utilizaron dos muestras: una con

estudiantes que han completado el curso de emprendimiento y otra con estudiantes que aún no han completado dicho curso. Los resultados muestran que la actitud hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y la autoeficacia son predictores significativos de las intenciones emprendedoras. Además encontraron evidencia para afirmar que la educación empresarial juega un papel moderador en el fortalecimiento de la relación entre la actitud hacia el emprendimiento y las intenciones empresariales, así como entre la autoeficacia y las intenciones empresariales. La educación emprendedora también mejora el nivel de autoeficacia percibida y por lo tanto deriva hacia las intenciones empresariales, pero la educación emprendedora debilita la relación entre las normas subjetivas y las intenciones empresariales.

En una investigación realizada a una muestra de 1,026 estudiantes de universidades públicas y privadas de EE. UU. se concluyó que la autoeficacia emprendedora está positivamente relacionada con las intenciones emprendedoras a través del efecto mediador parcial de las expectativas de resultados emprendedores, y esta relación es consistentemente significativa y positiva para personas con normas subjetivas bajas, medias y altas hacia el emprendimiento (Santos y Liguori, 2020).

Farhat y Guevara (2020) estudiaron la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de pregrado de Ecuador, usando la TPB de Ajzen (1991, 2011), analizando las creencias conductuales, normativas y de control. En conclusión, su estudio mostró que la intención de emprender por parte de estudiantes universitarios depende principalmente de la proactividad hacia la resolución de problemas y de la persistencia para el logro de objetivos. Se comprobó que la importancia de la proactividad y la autoeficacia no tienen una diferencia significativa en la intención emprendedora según la edad de los estudiantes universitarios.

Torres et al. (2021) investigaron una población de estudiantes universitarios mexicanos, concluyendo que la valoración social no incide en la intención emprendedora, ya que consideran que ejercer de empresario no es valorado. Además concluyeron que el docente no incide en el desarrollo de la intención emprendedora, por lo que recomiendan revisar el perfil de los docentes que participan en la educación emprendedora.

Araya (2021) concluyó en su estudio que la autoconfianza impulsa la intención emprendedora de los estudiantes, ya que comprobó que el deseo de emprender es más fuerte entre los estudiantes que poseen el convencimiento íntimo de que son capaces de emprender, perciben que la educación emprendedora es útil para su desarrollo personal-profesional, y cuentan con la experiencia laboral que los lleva a valorar la independencia y la autonomía.

Un estudio con una muestra de estudiantes de una sola carrera y universidad, hecho por Bravo et al. (2021), tuvo las siguientes conclusiones: existe una relación positiva entre la actitud y la conducta y el control y la conducta, mientras que es indi-

recta la influencia de la norma subjetiva sobre la intención emprendedora. Existe una fuerte influencia de las capacidades empresariales sobre la intención emprendedora a través de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control de la conducta. Se encontró una relación positiva de la educación empresarial recibida con la intención de emprender a través del control de la conducta. Sin embargo, no se encontró que la educación empresarial influya en la deseabilidad de emprender. La experiencia laboral influye en la intención empresarial a través de las capacidades específicas y educación en emprendimiento.

Valenzuela-Keller et al. (2021), en su investigación con estudiantes universitarios de Chile, tuvieron como resultados que los estudiantes que han cursado asignaturas referidas a emprendimiento presentan mejores puntuaciones de intención emprendedora; también se probó que aquellos estudiantes que tienen experiencias previas en el mundo empresarial muestran una mejor intención emprendedora. Esto permite ratificar que la TCP resulta apropiada en la explicación de la intención por emprender; predice el comportamiento emprendedor en los estudiantes, lo que es consistente con lo propuesto en la literatura (Ajzen, 1991; Liñán y Chen, 2009; Do Paço et al., 2011; Shah et al., 2020). Se encontró una relación significativa entre actitud, autoeficacia e intención por emprender, no así con respecto a las normas subjetivas.

Finalmente, interesa hacer referencia a estudios que han utilizado modelos mediadores, en los cuales las variables de la TCP han sido mediadoras entre diferentes variables y la intención emprendedora.

Farrukh et al. (2019) hicieron un estudio en el que las actitudes hacia el emprendimiento y los controles conductuales percibidos mediaron la relación entre el individualismo y la intención emprendedora, mientras que las normas subjetivas mediaron la relación entre el colectivismo y la intención emprendedora. Los factores externos, como los valores culturales, pueden afectar la intención emprendedora a través de las normas subjetivas, la actitud y los controles conductuales percibidos.

En otro estudio, las actitudes hacia el emprendimiento y los controles conductuales percibidos mediaron la relación entre el individualismo y la intención emprendedora, mientras que las normas subjetivas mediaron la relación entre el colectivismo y la intención emprendedora. Los factores externos, como los valores culturales, pueden afectar la intención emprendedora a través de las normas subjetivas, la actitud y los controles conductuales percibidos (Farrukh et al., 2019).

Una investigación realizada a una muestra total de 808 estudiantes de China y España concluyó que la creatividad empresarial y las actitudes hacia el espíritu empresarial median positivamente la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora; además, la educación emprendedora permite desarrollar la creatividad empresarial para potenciar su intención emprendedora (Shahab et al., 2019).

METODOLOGÍA

La pregunta de investigación es: ¿Cómo la percepción sobre diferentes variables y actitudes que tienen los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República de Uruguay, en forma individual o agrupadas en factores (internos y externos) en forma directa o a través de la mediación de la motivación, la norma subjetiva y el control conductual percibido, influyen en la intención emprendedora?

El objetivo general es analizar la creencia en cuáles variables permiten predecir la intención emprendedora de los estudiantes activos de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración (FCEA) de la Universidad de la República de Uruguay, identificar cuáles son las variables (internas y externas) que influyen directamente en la intención emprendedora o a través de las variables mediadoras motivación, norma subjetiva y control conductual percibido.

Se utiliza una metodología cuantitativa, por ser más conveniente cuando existe un cuerpo teórico previo suficientemente fundamentado capaz de definir los conceptos a analizar de forma concreta y mensurable. Con la aplicación de los métodos cuantitativos se busca determinar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes y cuáles son las variables que influyen de manera positiva o negativa en ella.

La delimitación del ámbito de la investigación está dada por el ámbito geográfico que corresponde a Montevideo, la población son los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República de Uruguay, sede Montevideo, que asisten a cursos del semestre agosto-diciembre del 2017.

El número total de los estudiantes matriculados en el periodo agosto-diciembre 2017 fue de 25,053 (26,227 menos 1,174 estudiantes que son del interior), pero no tienen obligación de asistir a los cursos, por lo cual buena parte de los estudiantes, si bien se inscriben a los cursos, luego no concurren a clases, por eso se consideró a los que asisten a clases. La cantidad de estudiantes universitarios en Uruguay en ese periodo es de 153,602, de los cuales 130,690 son estudiantes de la Universidad de la República, por lo tanto, la población de la Facultad representa el 20% del total.

La selección de los encuestados en la Facultad estuvo basada en el recurso a muestras de conveniencia, a partir de la identificación de grupos con mayor cantidad de estudiantes que permitiera la recogida de datos en el contexto de clases universitarias programadas. En detalle, el proceso fue el siguiente: se extrajo información del sitio *web* de la Facultad y la misma se completó con la solicitud de información a la secretaría académica sobre las diferentes modalidades de cursado y los grupos existentes en los diferentes horarios para cada materia de las diferentes carreras. Los tipos de grupos son: *teóricos*, *teórico-práctico*, *práctico* y *otros*, distribuidos de la siguiente

forma: teóricos un total de 14, teórico-práctico un total de 209, prácticos un total de 80 y otros grupos un total de 47.

La asistencia a los grupos con diferente modalidad de cursado es diferente, siendo los de mayor asistencia los teóricos y en segundo lugar los teórico-prácticos. Por eso se priorizó aplicar el instrumento en las modalidades de cursado de mayor asistencia.

La elaboración del cuestionario se basó en la definición operativa de los constructos teóricos a partir de una profunda revisión de la literatura especializada en el tema y de otros instrumentos similares, con el propósito de identificar indicadores específicos a partir de los cuales configurar el cuestionario. En especial, tuvo su base fundamental en el *Cuestionario de orientación emprendedora* (COE) en su versión inicial de Sánchez (2010), y el antecedente en el estudio denominado “Potencial emprendedor de los estudiantes universitarios” (PEUL).

Las preguntas incluidas en el cuestionario proceden de escalas previamente validadas, además se calculó y verificó la fiabilidad de las diferentes variables del cuestionario.

La fiabilidad del cuestionario para la muestra de 2,003 estudiantes de la FCEA para el cuestionario completo tiene un coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach muy elevado (.925, con IC al 95%: .920 - .930 para el coeficiente intraclase), por tanto, el cuestionario elaborado con objeto de la presente investigación es muy fiable, tanto en los ítems como en cada una de las dimensiones y en el conjunto completo, mostrándose con ello un alto grado de consistencia del instrumento de medida.

La estructura del cuestionario quedó conformada de la siguiente manera: el bloque I comprende variables sociodemográficas y educativas, y los bloques II a XIV incluyen grupos de preguntas de percepción personal sobre las características y condiciones personales para emprender, que se deben responder con una escala de Likert de 1 a 5, en donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Una puntuación alta significa, por tanto, altos niveles de la característica analizada. A continuación se presenta el cuestionario completo:

Los datos sociodemográficos que aparecen son: sexo, ciudad, experiencia laboral, si alguna vez estuvo autoempleado, profesión del padre y profesión de la madre.

Datos educativos: asignatura, semestre, número de grupo de clase, día de la clase, horario de la clase y carrera que cursa.

La segunda parte del cuestionario se agrupa en 11 bloques de preguntas, que comprenden 22 variables: de autoeficacia percibida (bloque II), comunicación, red social, liderazgo, creatividad, deseo de independencia, movilización de recursos, visión, resiliencia, propensión al riesgo (9 variables, todas en el bloque III de preguntas), realismo (bloque IV), optimismo (bloque IV), proactividad (bloque V), identificación de oportunidades (bloque V), deseabilidad (bloque V), control percibido (bloque VI),

motivación (bloque VII), recursos (bloque VIII), preferencia laboral (bloque IX), intención emprendedora (bloque X), norma subjetiva (bloque XI), competencias (bloque XII), norma subjetiva (bloques XIII y XIV) y control percibido (bloque XV).

Luego de un primer análisis de la base de datos se realizó un reagrupamiento de variables, llegando a trabajar con 13 variables que eran las significativas: autoeficacia, liderazgo, creatividad, resiliencia, propensión al riesgo, realismo, optimismo, control percibido, recursos, intención emprendedora, norma subjetiva y competencia.

Análisis de datos

Una vez finalizado el proceso aplicación de encuestas, se inició el tratamiento estadístico de la información obtenida, siendo el primer paso la elaboración de una base de datos. A partir de la base de datos construida, las técnicas y tests estadísticos se ha realizado un estudio descriptivo de estos ítems, junto al análisis de la fiabilidad de cada una de las dimensiones, así como del cuestionario completo. Para la descriptiva de los ítems se ha realizado un recuento de frecuencias, convertidas en porcentaje con el N válido de cada uno de ellos. Así mismo se han calculado los descriptivos clásicos de centralidad (media y mediana) y de variabilidad (desviación estándar y amplitud intercuartil). Para el análisis de fiabilidad se ha empleado el conocido coeficiente Alfa de Cronbach que toma valores en el rango [0-1] y en el que se considera que la fiabilidad es buena desde .600, en tanto que si supera el corte de .800 ya debe ser considerada como muy buena. Se añade una estimación intervalar de la fiabilidad (al 95% de confianza) mediante el coeficiente de correlación intraclase. Se ha completado el estudio con el cálculo del índice de homogeneidad de cada ítem, que nos indicaría si un ítem es fiable o no (debería ser eliminado si es negativo o si es inferior a .200).

RESULTADOS

En la Tabla 1 se presenta el análisis descriptivo de la muestra, con las características de los participantes.

Además se recogieron datos relativos a los padres de los participantes; la Tabla 2 resume dicha información.

Tabla 1*Análisis descriptivo. Características de los participantes de la muestra (N = 2003)*

Variables	N válido	Categorías	Descriptivos
Sexo	1953	Mujer	56.6 % (1106)
		Hombre	43.4 % (847)
Edad	1912	Media (\pm D.E.) / Rango	22.4 años (\pm 5.42) / 18-59
		18 – 25 años	82.7 % (1582)
		26 – 30 años	11.0 % (210)
		31 – 35 años	2.8 % (53)
		36 – 59 años	3.5 % (67)
Ciudad/Localidad	1876	Pequeñas (<5000)	2.2 % (41)
		Grandes (>5000)	11.3 % (212)
		AMM	9.9 % (185)
		Montevideo	76.7 % (1438)
Situación	1871	Trabaja	55.3 % (1035)
		Estudia	44.7 % (836)
	2003	Trabaja actualmente	56.6 % (1133)
		No trabaja actualmente	43.4 % (870)
Autónomo/Empresario	1735	Sí lo ha sido alguna vez	8.7 % (151)
Tiempo que lo fue	150	Media (\pm D.E.) / Rango	3.3 años (\pm 4.70) / <1-30
Tiempo que lo dejó	159	Media (\pm D.E.) / Rango	1.8 años (\pm 3.61) / <1-25
Estudios	2000	Contador Público	64.4 % (1287)
		Lic. Economía	14.5 % (290)
		Técnico Administración	11.0 % (219)
		Lic. Administración	8.6 % (172)
		Contad. y Técn. Administración	0.4 % (8)
		Contad. y Lic. Administración	0.3 % (6)
		Químico	0.3 % (6)
		Lic. Estadística	0.2 % (4)
		Cont. y Lic. Economía	0.2 % (3)
		TUA	0.2 % (3)
		TAC	0.1 % (1)
		Tecnólogo de Administración	0.1 % (1)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2

Análisis descriptivo. Características de los padres/madres de los participantes de la muestra (N = 2003)

Variables	N válido	Categorías	Descriptivos
Profesión del padre	1431	No calificado	34.5 % (493)
		Obrero calificado	19.6 % (280)
		Profesional universitario	18.0 % (129)
		Autónomo	16.3 % (233)
		Administrativo	5.9 % (84)
Tipo de trabajo del padre	1677	Dirección	3.4 % (49)
		Docente	2.4 % (34)
		Empresa privada	47.2 % (791)
		Autónomo	27.7 % (465)
		Empresa pública	3.9 % (65)
		Profesional independiente	2.0 % (33)
Profesión de la madre	1416	No trabaja/Labores de casa	19.3 % (323)
		No calificado	29.7 % (420)
		Profesional universitario	24.0 % (340)
		Docente	14.5 % (205)
		Administrativo	12.0 % (170)
		Autónomo	10.2 % (145)
Tipo de trabajo de la madre	1814	Obrero calificado	7.0 % (99)
		Dirección	2.6 % (37)
		Empresa privada	41.5 % (752)
		Empresa pública	20.6 % (373)
		No trabaja/Labores de casa	20.0 % (362)
		Autónomo	14.2 % (258)
		Profesional independiente	3.8 % (69)

Fuente: Elaboración propia.

La distribución de estudiantes por carrera de estudio fue consistente, en términos generales, con la tónica apreciable en el contexto de la Facultad, predominando los estudiantes de Contador Público.

Estudio de variables cognitivas del cuestionario

Verificado el alto grado de fiabilidad, es factible realizar entonces el cálculo de una variable de resumen de cada una de ellas. El procedimiento empleado, clásico en la metodología Likert cuando las dimensiones contienen distinto número de ítems, es el de la puntuación promedio. La puntuación de cada una de estas variables es la media aritmética de los valores numéricos de las respuestas de los sujetos a todos los ítems

que definen cada dimensión. De esta manera, por otro lado, estas variables toman (todas) valores en el mismo rango que la escala Likert de respuesta [1-5], pudiéndose interpretar como se haría con una respuesta individual.

Calculadas las variables, se ha procedido a realizar un análisis exploratorio y descriptivo de las mismas. La exploración de estas variables tiene como objetivo verificar su grado de ajuste a la normalidad estadística, condición que influye en la elección posterior de los test inferenciales. Para ello se ha efectuado una visión global de los datos recogidos en la muestra a partir de lo siguiente:

Este análisis se resume en la Tabla 3, y a la par se han calculado todos los estadísticos descriptivos habituales de centralidad (media y mediana) y de variabilidad (desviación estándar, rango observado y rango intercuartil), que también aparece en dicha tabla.

Tabla 3

Análisis exploratorio y descriptivo. Variables del cuestionario PEUL (N = 2003)

Variable	N válido	Exploración: forma			Variabilidad				
		Asimetría	Curtosis	Test KS: p valor	Centralidad		Rango (Mín./Máx.)	Desviación estándar	Rango intercuartil
					Media	Mediana			
Autoeficacia	1988	-0.70	1.90	.000	4.00	4.00	1.00/5.00	0.61	0.67
Liderazgo	1987	-0.12	0.48	.000	3.06	3.00	1.00/5.00	0.71	1.00
Creatividad	1958	-0.42	0.10	.000	3.58	3.67	1.00/5.00	0.82	1.00
Resiliencia	1959	-0.28	-0.05	.000	3.45	3.67	1.00/5.00	0.79	1.00
Propensión al riesgo	1955	0.01	0.15	.000	3.40	3.50	1.00/5.00	0.68	0.75
Realismo	1960	-0.50	0.73	.000	3.94	4.00	1.20/5.00	0.60	0.80
Optimismo	1944	-0.39	0.58	.000	3.88	3.83	1.00/5.00	0.61	0.83
Control conductual percibido	1933	-0.02	0.19	.000	2.88	3.00	1.00/5.00	0.82	1.00
Motivación empresarial	1906	-0.83	1.52	.000	4.00	4.00	1.00/5.00	0.69	0.75
Importancia de los recursos	1899	-1.13	2.80	.000	4.39	4.50	1.00/5.00	0.52	0.88
Intención emprendedora	1878	0.14	-0.36	.000	3.13	3.17	1.00/5.00	0.98	1.33
Norma subjetiva	1872	0.01	0.39	.000	2.84	3.00	1.00/5.00	0.69	0.75
Competencia	1862	-0.26	0.14	.000	3.78	3.75	1.00/5.00	0.72	1.00

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis estadístico.

Los tests KS de bondad de ajuste indican desajustes significativos con respecto a la normal. Sin embargo, según los coeficientes de forma (asimetría y curtosis) junto a los gráficos Q-Q de normalidad, así como a los histogramas, nos indican que la gran mayoría de las variables (10 de 13) se distribuyen claramente de forma muy similar

a la de la normalidad estadística. Solamente la *autoeficacia*, la *motivación empresarial* y, sobre todo, la *importancia de los recursos*, tienen desvíos con respecto a la normal que tienen cierta importancia. Estos desvíos se deben a que son precisamente las variables con los valores medios más altos, ya que es donde más participantes concentran sus respuestas en el lado favorable de la escala.

En cuanto a la parte meramente descriptiva, las tres variables recién citadas tienen valores medios y medianos de al menos 4 puntos. El resto de variables están en la banda entre los 3 y los 4 puntos, con la excepción de las variables *control conductual percibido* y *norma subjetiva*, cuyos valores medios son algo inferiores a los 2.90 puntos. En cuanto a la variabilidad, las puntuaciones individuales varían dentro del rango 1-5 en todas las variables, excepto una (*realismo*: 1.20 – 5), siendo los valores de las desviaciones estándar, en todos los casos, inferiores a ± 1 punto (entre 0.52 y 0.98 puntos); por tanto, en general podemos admitir la normalidad multivariante de las variables extraídas del cuestionario, con valores medios frecuentemente entre los 3 y los 4 puntos, es decir, con ligera tendencia hacia el lado del acuerdo.

Se procedió a calcular las correlaciones entre todas estas variables. La Tabla 4 contiene la matriz de correlaciones entre las 13 variables.

Tabla 4

Análisis correlacional. Matriz de coeficientes de correlación de Pearson, entre las variables del cuestionario (N mínimo = 1844; N máximo = 1988)

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
Autoeficacia (1)	—												
Liderazgo (2)	.270	—											
Creatividad (3)	.194	.163	—										
Resiliencia (4)	.366	.234	.149	—									
Propensión al riesgo (5)	.224	.143	.240	.229	—								
Realismo (6)	.220	.138	.201	.154	.073	—							
Optimismo (7)	.444	.212	.282	.407	.401	.340	—						
Control conductual percibido (8)	.264	.300	.262	.248	.300	.163	.331	—					
Motivación empresarial (9)	.173	.143	.261	.136	.279	.212	.330	.352	—				
Importancia de los recursos (10)	.170	.090	.295	.122	.196	.282	.292	.130	.373	—			
Intención emprendedora (11)	.172	.190	.236	.164	.353	.093	.288	.594	.443	.167	—		
Norma subjetiva (12)	.051	.152	.125	.098	.098	.063	.121	.233	.201	.083	.281	—	
Competencia (13)	.247	.248	.341	.247	.289	.214	.326	.393	.321	.321	.383	.152	—

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis estadístico.

Todos los coeficientes son altamente significativos ($p < .001$). Se observa que todas las correlaciones han aparecido de signo (+), de manera que las asociaciones existentes son todas directas.

Pocos de los coeficientes son elevados ($> .400$, 16% de variabilidad compartida), y varios de ellos se encuentran en la variable *optimismo*. Algunos coeficientes pueden ser considerados como moderados ($> .300$, 9% de varianza asociada), pero la gran mayoría están entre $.150$ (2.25% asociado) y el citado $.300$, por lo que indican relaciones, sí, pero más bien leves. La variable *norma subjetiva* es la que menos correlaciones (coeficientes $< .100$) mantiene con el resto de las variables.

Predicción de la intención emprendedora

Se ha empleado el método del análisis factorial (AF) para verificar si las dimensiones *liderazgo*, *creatividad*, *resiliencia*, *propensión al riesgo*, *realismo* e *importancia de los recursos* podrían agruparse en factores comunes de tipos *interno* y *externo*. En primer lugar se comprobó si se cumplían las condiciones de realización de este método estadístico.

El diagnóstico es positivo y es posible emplear el AF con este conjunto de datos. Además se realizó la extracción mediante el clásico método de componentes principales, y se verificó que la solución era similar a la que se obtenía por otros métodos (ejes principales, mínimos cuadrados y máxima verosimilitud). Se probó con distintos métodos de rotación y finalmente se optó por considerar como la mejor solución la ofrecida por Promax con normalización Kaiser, ante la relación observada entre los factores.

La solución final se resume en la Tabla 5. Como se observa en ella, estas cinco dimensiones se configuran en torno a dos factores que explican en conjunto un aceptable 49.2% (cercano al 50%): la primera dimensión explica un 25.2% y la segunda el casi 24% restante, por lo que ambas son bastante similares en cuanto a su peso explicativo. Los valores de las comunalidades de las dimensiones son bastante buenos y superiores al mínimo deseable ($> .400$). Las cargas factoriales de las seis variables son muy elevadas (entre $.585$ y $.785$), de modo que indican muy claramente la pertinencia de cada una de ellas y uno –y solo uno– de los dos factores encontrados. Por tanto, la solución encontrada en este AF es buena.

Dicha solución nos indica que el primer factor está formado por las variables de las dimensiones *importancia de los recursos*, *realismo* y *creatividad*, por lo que, según el modelo teórico, este es el factor *externo*. En el cuestionario utilizado esas variables se encuentran en las preguntas de los bloques III (*importancia de los recursos* y *creatividad*) y IV (*realismo*). Por su parte, el segundo componente encontrado en el AF está formado por las variables de las dimensiones *resiliencia*, *liderazgo* y *propensión al riesgo*, por lo que según el modelo teórico se corresponde con el *factor interno* (cargas factoriales $> .400$ (Hair et al., 1999)). En el cuestionario esas tres variables se encuentran en el bloque III de preguntas.

En conclusión, este resultado estadístico justifica suficientemente la formación de variables estadísticas para representar a los factores *interno* y *externo*. Para cons-

truir las se ha seguido empleando (como se hiciera en el caso de las variables de las dimensiones) el procedimiento de la puntuación promedio a partir de los valores de cada sujeto en las dimensiones que definen a cada factor.

Tabla 5

Análisis factorial exploratorio. Factores interno y externo a partir de las dimensiones del Cuestionario (N = 1884). Método AFE: componentes principales con rotación Promax

	Descriptivos			Cargas factoriales > .400 **	
	Media	D. E.	Comunalidad	Factor 1	Factor 2
Importancia de los recursos	4.40	0.51	.619	.785	
Realismo	3.94	0.60	.483	.694	
Creatividad	3.59	0.82	.445	.605	
Resiliencia	3.46	0.79	.554		.742
Liderazgo	3.07	0.71	.463		.680
Propensión al riesgo	3.40	0.67	.486		.585
	KMO = 0.908 %		varianza total explicada	25.22	23.95
	Bartlett: p < .000		% acumulado de varianza	25.22	49.17
	Correlación entre los factores			F1	.385
				F2	—

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis estadístico.

Calculadas estas variables, se procedió a su exploración y descripción con los procedimientos estadísticos antes empleados (apartado 3 de este informe). Los resultados que hemos obtenido (Tabla 6) nos indican: (1) tanto el histograma como el diagrama Q-Q normal nos muestran distribuciones claramente tendentes a la normalidad estadística, que se confirma por los valores de asimetría y curtosis que están dentro del rango admisible; esto nos lleva a aceptar la normalidad de las variables a pesar de la significación que aparece en el test de bondad de ajuste KS que se debe solo a lo elevado del N; (2) las distribuciones cubren gran parte del rango posible de valores [1-5], con medias algo por encima de los 3 puntos, algo más alta en el *factor externo* (3.74 versus 3.30) y con una variabilidad de alrededor de ± 0.50 puntos.

Tabla 6

Análisis exploratorio y descriptivo. Variables de los factores interno y externo (N = 2003)

Variable	N válido	Exploración: forma			Variabilidad				
		Asimetría	Curtosis	Test KS: p valor	Centralidad		Rango (Mín./Máx.)	Desviación estándar	Rango intercuartil
					Media	Mediana			
Factor interno	1987	0.00	0.46	.000	3.30	3.31	1.33/5.00	0.51	0.61
Factor externo	1970	-0.26	0.90	.000	3.74	3.75	1.47/5.00	0.46	0.53

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis estadístico.

Modelos de mediación

Se planteó que las variables creadas previamente y que hemos denominado *factor externo* y *factor interno* pueden ser predictoras de la intención empresarial, pero con la presencia mediadora en esta relación de otras variables, en concreto de tres dimensiones de la teoría de la conducta planificada (TCP): *motivación, normas y control conductual*. Por tanto, lo que se pretende a continuación es comprobar la existencia de modelos de mediación. Para realizar este análisis estadístico se ha recurrido a la macro de SPSS denominada “Process” (versión 3.4), de Andrew F. Hayes. Puesto que se trata de probar la existencia de tres variables mediadoras que no están encadenadas entre sí, se ha utilizado el modelo nº 4 de mediación simple, con el procedimiento de “bootstrapping” que genera intervalos de confianza (IC) al 95%.

En primer lugar, se ha estudiado la posible existencia de un modelo explicativo de la intención emprendedora desde el *factor externo* (formado por: *importancia de los recursos, realismo y creatividad*), considerando las tres dimensiones de la TCP citadas (*motivación, normas y control conductual*) como variables mediadoras de esta relación. La hipótesis que se plantea es que el *factor externo* influye en las variables de mediación (en una, en dos, o en las tres), de manera que a través de esta influencia se producirá un efecto sobre la intención emprendedora. Esta hipótesis está representada en la Figura 1.

En segundo lugar, se ha planteado otra hipótesis idéntica, pero con el *factor interno*, que como sabemos se constituye desde *resiliencia, liderazgo y propensión al riesgo*. Esta hipótesis se representa en la Figura 2, donde, como se aprecia, solo ha variado el factor.

Se han contrastado ambas hipótesis. A continuación se exponen los resultados obtenidos.

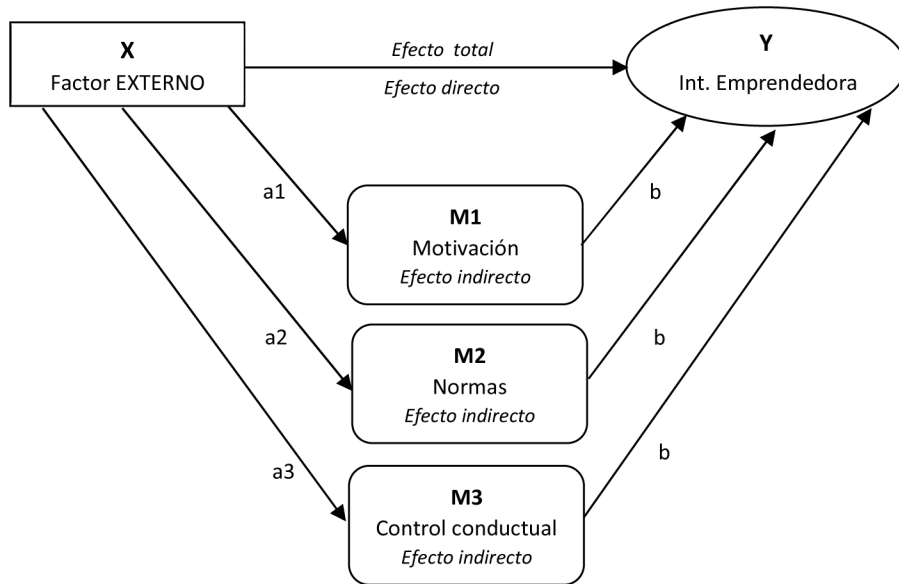
Modelo de mediación simple del factor externo

Se ha encontrado que: (1) existe una relación altamente significativa, $p < .001$, entre el factor externo y cada una de las variables de las dimensiones mediadoras; (2) existe relación también altamente significativa, $p < .001$, entre cada una de las variables mediadoras y la variable dependiente *intención emprendedora*, (3) pero no existe un efecto directo desde el factor externo sobre la intención emprendedora ($p > .05$; $c' = 0.00$).

Por su parte, el estudio de los efectos indirectos (también en Tabla 7) nos indica la existencia de estos efectos de forma altamente significativa ($p < .001$) para cada una de las tres variables mediadoras (coeficientes: 0.33, 0.04 y 0.42). Es decir, que podemos concluir según esto que aunque el factor externo por sí solo no se relaciona con la variable a predecir, sí que lo hace a través de cada una de las tres variables mediadoras del modelo de la TCP.

Figura 1

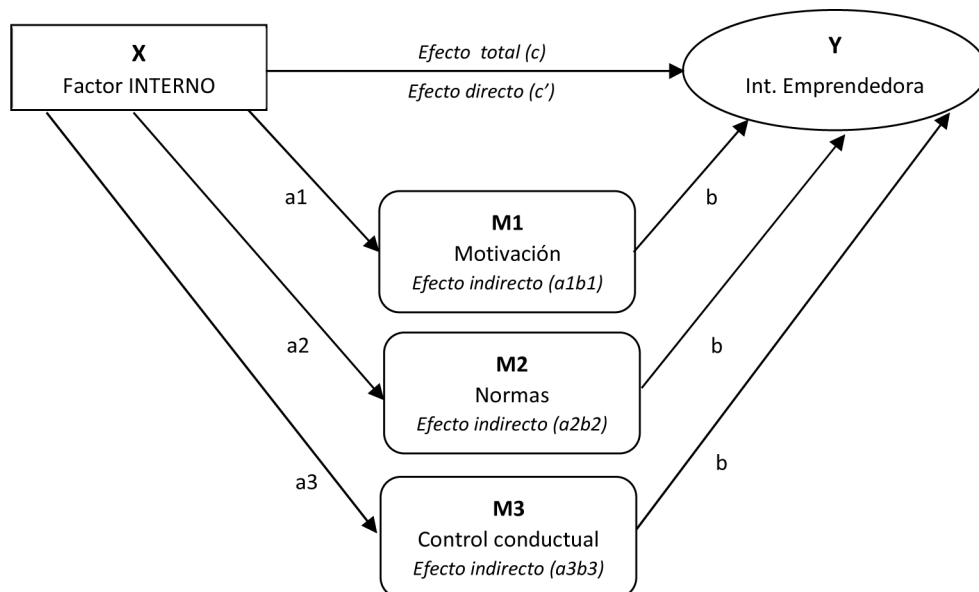
Modelo de mediación simple. Efectos del factor externo (X) y de las variables de mediación sobre la intención emprendedora (Y)



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

Modelo de mediación simple. Efectos del factor interno (X) y de las variables de mediación sobre la intención emprendedora (Y)



Fuente: Elaboración propia.

Se contrastaron entre sí los valores de estos coeficientes indirectos, obteniendo que: (1) la diferencia entre el efecto de la *motivación* y el de las *normas* (0.33 versus 0.04) es altamente significativa: IC 95% 0.21 – 0.36; (2) la diferencia entre el efecto del *control conductual* y el de las *normas* (0.42 versus 0.04) también es altamente significativa: IC 95% 0.32 – 0.45, y finalmente (3) la diferencia entre los efectos indirectos de la *motivación* y del *control conductual* (0.42 versus 0.33) no alcanza la significación estadística: IC 95% -0.00 – 0.18. Por tanto, se concluye que *motivación* y *control conductual* son las dos variables mediadoras principales, indistintamente cualquiera de ellas, en la relación entre el factor externo y la intención emprendedora; mientras que la *norma* tiene un efecto muy pequeño.

Tabla 7

Modelo de mediación simple (“Process”). Efectos de la variable predictora factor externo, con la mediación de las variables de la TCP, en la intención emprendedora

<i>Variables mediadoras</i>	Efectos X→M		Efectos M→Y		Efectos indirectos		
	Coef.	P-sig	Coef.	P-sig	Coef.	Error	IC 95%
M1 – Motivación	a1 = 0.94**	.000	b1 = 0.35**	.000	a1b1 = 0.33**	0.03	0.27/0.40
M2 – Norma	a2 = 0.29**	.000	b2 = 0.16**	.000	a2b2 = 0.04**	0.01	0.02/0.07
M3 – Control conductual	a3 = 0.75**	.000	b3 = 0.56**	.000	a3b3 = 0.42**	0.04	0.03/0.48
<i>Variable independiente</i>	Efecto total X→Y		Efecto directo→Y				
X – Factor externo	c = 0.81**	.000	c' = 0.00 ^{NS}	.999			

Datos: ^{NS} = No significativo al 10% ($p > .100$)

** = Altamente significativo al 1% ($p < .01$)

(Muestra total: N = 1846)

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis estadístico.

Modelo de mediación simple del factor interno

En el análisis realizado con el factor interno como variable independiente, en el grupo total (Tabla 8) los resultados nos indican: (1) que existe una relación altamente significativa, $p < .001$, entre dicho factor y cada una de las variables mediadoras; (2) que también existe relación altamente significativa, $p < .001$, entre cada una de estas variables mediadoras y la variable dependiente *intención emprendedora*, y (3) que esta vez también existe un efecto directo significativo ($p < .01$) desde el factor interno hacia la variable dependiente.

En cuanto al estudio de los efectos indirectos se ha encontrado la existencia de estos de forma altamente significativa ($p < .001$) en cada una de las tres variables mediadoras, por tanto, podemos concluir que el factor interno por sí solo sí tiene una relación directa con la *intención emprendedora*, pero también su efecto sobre ella se realiza a través de cada una de las tres variables mediadoras del modelo.

Tabla 8

Modelo de mediación simple ("Process"). Efectos de la variable predictora factor interno, con la mediación de las variables de la TCP, en la intención emprendedora

<i>Variables mediadoras</i>	Efectos X→M		Efectos M→Y		Efectos indirectos		
	Coef.	P-sig	Coef.	P-sig	Coef.	Error	IC 95%
M1 – Motivación	a1 = 0.36**	.000	b1 = 0.34**	.000	a1b1 = 0.12**	0.01	0.09/0.15
M2 – Norma	a2 = 0.22**	.000	b2 = 0.16**	.000	a2b2 = 0.03**	0.01	0.02/0.05
M3 – Control conductual	a3 = 0.67**	.000	b3 = 0.53**	.000	a3b3 = 0.36**	0.03	0.30/0.41
<i>Variable independiente</i>	Efecto total X→Y		Efecto directo→Y				
X – Factor externo	c = 0.64**	.000	c' = 0.12**	.001			

Datos: ** = Altamente significativo al 1% ($p < .01$)
 (Muestra total: N = 1846).

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis estadístico.

Como es habitual, se contrastaron entre sí los valores de estos coeficientes indirectos, obteniendo: (1) que la diferencia entre el efecto de la *motivación* y el de las *normas* (0.12 versus 0.03) es estadísticamente significativa: IC 95% 0.05 – 0.12; (2) que la diferencia entre el efecto del *control conductual* y el de las *normas* (0.36 versus 0.03) también es altamente significativa: IC 95% 0.26 – 0.38, y (3) que la diferencia entre los efectos indirectos del *control conductual* y de la *motivación* (0.36 versus 0.12) es altamente significativa: IC 95% 0.17 – 0.29 . En consecuencia se concluye, para este grupo total de participantes, que hay un orden de importancia en el efecto mediador de estas variables, siendo la primera el *control conductual* con un efecto alto, la segunda la *motivación* con un efecto medio y la tercera las *normas* con un efecto pequeño.

DISCUSIÓN

Todas las variables de las dimensiones consideradas son altamente predictoras cada una por sí sola de la intención emprendedora. Las variables a las que los encuestados les dieron valores medios más altos son la *importancia de los recursos*, la *autoeficacia* y la *motivación empresarial*, mientras que las variables *control conductual percibido* y *norma subjetiva* son a las que les asignaron valores medios más bajos.

Por otro lado, se observó que hay correlación positiva entre las trece variables consideradas, es decir, que los estudiantes que responden a favor/de acuerdo (valores altos) en una variable también tienden a hacerlo en el mismo sentido en la otra variable del par correlacionado. Pero es importante destacar que la intensidad de las relaciones es más bien leve, especialmente en la variable *norma subjetiva*, que es la que menos correlaciones mantiene con el resto de las variables. Las relaciones más altas se dan con la variable *optimismo*.

Se pasa a continuación a la discusión de las variables creadas, que se denominaron *factor externo* y *factor interno*. El factor externo está formado por las variables de las dimensiones *importancia de los recursos*, *realismo* y *creatividad*, mientras que el factor interno está formado por las variables de las dimensiones *resiliencia*, *liderazgo* y *propensión al riesgo*.

Se planteó que las variables creadas previamente y que hemos denominado *factor externo* y *factor interno* pueden ser predictoras de la intención empresarial, pero a través de la mediación de otras variables, que son las tres dimensiones de la teoría de la conducta planificada (TCP): *motivación*, *normas* y *control conductual*.

En el *modelo de mediación simple del factor externo* se comprobó que, aunque el factor externo por sí solo no se relaciona con la variable *intención emprendedora*, sí lo hace a través de cada una de las tres variables mediadoras del modelo de la TCP (motivación, norma subjetiva y control conductual percibido), siendo la motivación y el control conductual las dos variables mediadoras principales, indistintamente cualquiera de ellas, en la relación entre el factor externo y la intención emprendedora, mientras que la norma subjetiva tiene un efecto muy pequeño.

El *modelo de mediación simple del factor interno* por sí solo sí tiene una relación directa con la *intención emprendedora*, pero también su efecto sobre ella se realiza a través de cada una de las tres variables mediadoras del modelo. Para este grupo total de participantes, la primera variable con un efecto alto es el control conductual, la segunda la motivación, con un efecto medio, y finalmente la norma subjetiva, con un efecto pequeño.

CONCLUSIONES

Luego de un primer análisis de la base de datos las variables fueron reagrupadas llegando a trabajar con 13 que eran las significativas: autoeficacia, liderazgo, creatividad, resiliencia, propensión al riesgo, realismo, optimismo, control conductual, motivación, recursos, intención emprendedora, norma subjetiva y competencia.

El resultado obtenido muestra que cada una de las variables de las dimensiones consideradas por sí solas predice en forma altamente significativa la intención emprendedora. La autoeficacia, la motivación empresarial y la importancia de los recursos son las variables con mayor predicción. La correlación entre las trece variables es positiva, entonces, una persona que presente todas las variables de las dimensiones consideradas cada una por sí sola es altamente predictora de la intención emprendedora, aunque la intensidad de las relaciones en la mayoría es leve. La variable norma subjetiva es la que menos correlaciones mantiene con el resto de las variables.

En el *modelo de mediación simple del factor externo*, con base en los resultados obtenidos podemos llegar a las siguientes conclusiones: no existe una relación directa del factor externo sobre la intención emprendedora, pero sí lo hace a través de cada una de las tres variables mediadoras del modelo de la TCP. La motivación y el control

conductual son las dos variables mediadoras principales, mientras que la norma tiene un efecto muy pequeño.

En el *modelo de mediación simple del factor interno* el factor interno por sí solo tiene una relación directa con la intención emprendedora, pero también tiene efecto a través de cada una de las tres variables mediadoras del modelo.

Con relación al orden de importancia en el efecto mediador de estas variables, la primera es el control conductual, con un efecto alto; la segunda la motivación, con un efecto medio, y la tercera, la norma, tiene efecto bajo.

Los resultados y conclusiones de la investigación son un aporte a los estudios de intención emprendedora, en particular en una población universitaria que no tenía investigaciones previas sobre el tema, por lo cual son elementos que permiten formular estrategias educativas nuevas en la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, con la incorporación de metodologías de enseñanza más activas. Además se recomienda hacer una revisión de la percepción que los estudiantes tienen sobre algunas variables que se pudieron haber visto afectadas como consecuencia de los efectos de la COVID-19, que mantuvo durante un largo periodo un modelo de educación virtual, afectando los comportamientos sociales de los estudiantes.

Conflictos de interés

Los autores manifiestan no tener ningún conflicto de interés asociado al desarrollo de la investigación y la presentación del manuscrito.

REFERENCIAS

- 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)
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113-1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Araya, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento. Impulsores claves de la intención emprendedora. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 12(2), 63-81. <https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2.3091>
- Bravo, I., Bravo, M., Preciado, J., y Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, (33), 139-155. <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>
- Calzado Barbero, M. (2023). *Análisis del impacto del COVID-19 en la relación de la educación emprendedora recibida por los estudiantes universitarios y sus intenciones emprendedoras* [Tesis Doctoral]. Universidad de Extremadura. Repositorio Institucional Dehesa. TDUEX_2023_Calzado_Barbero.pdf. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/18193>
- De Astudillo, S., Astudillo, V., Serrano, A., y Andrade, R. (2021). Intención emprendedora en los estudiantes de una universidad pública y una universidad privada en el Ecuador. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 15(2). <https://doi.org/10.3232/GCG.2021.V15.N2.04>
- Do Paço, A., Ferreira, J., Raposo, M., Rodrigues, R., y Dinis, A. (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9, 20-38. <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0071-9>
- Doanh, D., y Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among Vietnamese students:

- A meta-analytic path analysis based on the Theory of Planned Behavior. *Procedia Computer Science*, 159, 2447-2460. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.420>
- Espinoza, E., Jimber, J., Casas del Rosal, J., y Ceular, N. (2018). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios: validación de la teoría de acción planificada. *Revista Científica Eco-ciencia*, 6(2), 1-17. doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-65903-9_3
- Farhat, S., y Guevara, R. (2020). Incidencia de la actitud conductual en las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Contaduría y Administración*, 65(2). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.2074>
- Farrukh, M., Lee, J. W. C., Sajid, M., y Waheed, A. (2019). Entrepreneurial intentions: The role of individualism and collectivism in perspective of theory of planned behaviour. *Education + Training*, 61(7/8), 984-1000. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2018-0194>
- Fragoso, R., Rocha, W., y Xavier, A. (2019). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(1), 1-25. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1551459>
- Galleguillos, C., Escobar, B., y Hurtado, R. (2019). Predictores de la intención emprendedora en alumnos de pregrado: un modelo basado en ecuaciones estructurales. *Formación Universitaria*, 12(1), 83-94. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062019000100083>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., y Black, W. (1999). *Análisis multivariante*. Prentice Hall.
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., y Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: The role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education and Training*, 62(7-8), 843-861. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033>
- Liñán, F., y Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Marulanda, F., Montoya, I., y Vélez, J. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad & Empresa*, 21(36), 149-174. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- Ministerio de Educación y Cultura (2017). *Anuario. Estadístico de educación*. Uruguay.
- Mora Pacheco, P. F., Aguirre Quezada, J. C., Álava Atiencie, N. G., y Cordero López, J. F. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista Economía y Política*, (30). <https://doi.org/10.25097/rep.n30.2019.01>
- Mukesh, H. V., Pillai, K. R., y Mamman, J. (2020). Action-embedded pedagogy in entrepreneurship education: An experimental enquiry. *Studies in Higher Education*, 45(8), 1679-1693. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1599848>
- Sánchez, J. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80515880004.pdf>
- Sánchez, J., Hernández, B., Saraiva, H., y Gabriel, V. (2017). Entrepreneurial potential, realism and optimism as predictor variables of entrepreneurial intention. Differences between Spain and Portugal. *The Journal of Business*, 9(1), 67-82. <https://doi.org/10.21678/jb.2017.824>
- Sánchez, J., Lanero, A., y Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1), 37-59. <http://psi.usal.es/emprendedores/documentos/Sanchez05.pdf>
- Santos, S., y Liguori, E. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and intentions: Outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(3), 400-415. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2019-0436>
- Schlepphorst, S., Koetter, E., Werner, A., Soost, C., y Moog, P. (2020). International assignments of employees and entrepreneurial intentions: The mediating role of human capital, social capital and career prospects. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(6), 1259-1279. <https://doi.org/10.1108/IJEER-11-2019-0637>
- Schmutzler, J., Andonova, V., y Diaz-Serrano, L. (2019). How context shapes entrepreneurial self-efficacy as a driver of entrepreneurial intentions: A multilevel ap-

- proach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(5), 880-920. <https://doi.org/10.1177/1042258717753142>
- Shah, I., Amjed, S., y Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s40008-020-00195-4>
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A., y Haider, M. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: Do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259-280. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2017-0522>
- Tarapuez, E., Flórez, A., y Giraldo, M. (2019). Intención emprendedora en Colombia: el caso de los estudiantes de Maestría en Administración. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 93-113. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2292>
- Tehseen, S., y Haider, S. A. (2021). Impact of universities' partnerships on students' sustainable entrepreneurship intentions: A comparative study. *Sustainability*, 13(9), 5025. <https://doi.org/10.3390/su13095025>
- Tomy, S., y Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(7), 1423-1447. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2019-0370>
- Torres, V., Tovar, Y., Moreno, L., y Rivas, D. (2021). Determinantes de la intención emprendedora en estudiantes universitarios mexicanos. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(4), 127-146. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36998>
- Universidad de la República (2018). *Síntesis estadística*. Uruguay.
- Valdivia, M., Coronado, G., y Aguilera, A. (2019). Emprendimiento en las universidades públicas mexicanas: Estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 24(esp.2), 431-455. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31502>
- Valenzuela-Keller, A., Gálvez-Gamboa, F., García-Ramírez, I., y González-Ibarra J. (2021). 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>
- Vodá, A., y Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of Business and Engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1192. <https://doi.org/10.3390/su11041192>
- Ward, A., Hernández, B., y Sánchez, J. (2019). Entrepreneurial intentions in students from a trans-national perspective. *Administrative Sciences*, 9(2), 37. <https://doi.org/10.3390/admsci9020037>

Cómo citar este artículo:

Messina Scolaro, M. d. C., Hernández Sánchez, B., y Sánchez García, J. C. (2024). La intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 15, e1946. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v15i0.1946



Todos los contenidos de *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH* se publican bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional, y pueden ser usados gratuitamente para fines no comerciales, dando los créditos a los autores y a la revista, como lo establece la licencia.