



Formación Universitaria

E-ISSN: 0718-5006

citrevistas@gmail.com

Centro de Información Tecnológica

Chile

Soria-Barreto, Karla; Zuniga-Jara, Sergio; Ruiz-Campo, Sofía
Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio
Formación Universitaria, vol. 9, núm. 1, 2016, pp. 25-34
Centro de Información Tecnológica
La Serena, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=373544194004>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio

Karla Soria-Barreto, Sergio Zuniga-Jara y Sofía Ruiz-Campo

Universidad Católica del Norte, Escuela de Ciencias Empresariales. Larrondo 1281, Coquimbo-Chile
(e-mail: ksoria@ucn.cl; sz@ucn.cl; sruizcampo@ucn.cl)

Recibido May. 26, 2015; Aceptado Jun. 26, 2015; Versión final Jul. 23, 2015, Publicado Feb. 2016

Resumen

Se analiza el efecto que tiene un curso universitario de estudio de experiencias en emprendimiento sobre la Intención Emprendedora (IE) de los estudiantes que tomaron ese curso. La IE es considerada un requisito previo de la decisión de emprender un negocio y el incremento en los estudios sobre la IE refleja la importancia que se le asigna a este concepto. Los participantes pertenecen a una carrera de ciencias empresariales de una universidad chilena. La investigación sigue una metodología disponible en la literatura y que postula que las variables demográficas, la capacidad percibida y la educación para emprender ayudan a explicar la intención de emprender. Los resultados del estudio muestran que, de un modo global, la IE fue afectada negativamente por el curso. Sin embargo, se obtuvo que los estudiantes que experimentaron el mayor cambio en su voluntad de emprender fueron quienes poseían dos características: consideraban tener los conocimientos, habilidades y experiencia para poner en marcha un nuevo negocio y pertenecían a familias de menores ingresos de renta familiar.

Palabras clave: *emprendimiento, intención emprendedora, educación emprendedora, capacidad emprendedora*

Entrepreneurial Education and Intention in University Students: A Case of Study

Abstract

The effect that a university course about the study of experiences in entrepreneurship on Entrepreneurial Intention (EI) of the students was analyzed. Entrepreneurial Intention is considered a prerequisite for the decision to start a business. The increasing number of studies on EI reflects the importance assigned to this subject. The participants of the study are students belonging to a business studies school of a Chilean university. The research followed a methodology available in the literature that states that demographic variables, perceived capacity and educational level help in explaining the EI. The results of the study show that in the overall, entrepreneurial intention was negatively affected by the course. However, it was found that students who experienced the greatest change in their willingness to start a business were those who possessed two characteristics: they believed to have the necessary knowledge, skills and experience to start a new business, and belong to low income families.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurial intention, entrepreneurial education, entrepreneurial capacity*

INTRODUCCIÓN

La educación para emprender ha tomado especial relevancia en los años recientes. Una de las causas principales es que se acepta que el emprendimiento favorece la creación de fuentes de trabajo, lo que se da origen a una mayor cantidad de oportunidad laboral para la fuerza de trabajo y con ello un mejor nivel de bienestar económico en la población. Un elemento previo al comportamiento emprendedor, surgimiento de empresas, es la existencia de una intención emprendedora. La intención emprendedora se podría definir como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro. El sistema de valores del individuo, cultura, su entorno social, familiar y educativo pueden conformar el deseo de crear o no una empresa propia. Otro elemento fundamental de este auto-reconocimiento es el concepto de autoeficacia (Bandura, 1977a, Krueger y Carsrud, 1993), el que se entiende como la creencia personal de poseer las capacidades para realizar acciones que permitan obtener los resultados deseados.

En la literatura existen una serie de modelos explicativos de la intención emprendedora. Para Shapero y Sokol (1982) la deseabilidad, la viabilidad percibida y la propensión a actuar (propensión al riesgo) son determinantes de la intención emprendedora. La teoría del comportamiento o conducta planificada de Ajzen (1991) indica que los determinantes de la intención son la opinión favorable o desfavorable que la persona tiene hacia ella misma (actitud), una norma subjetiva de presión social para llevar a cabo una conducta, y el grado de control percibido de la conducta (CPC). Incorporar esta última variable es una contribución de Ajzen respecto a modelos previos. El CPC es la percepción de la dificultad o facilidad para realizar la conducta, lo que incluye la experiencia pasada y la evidencia los potenciales obstáculos. Varios autores han probado el modelo de Ajzen vinculado a la intención por emprender, por mencionar algunos se tiene a Krueger et al. (2000), Kolvereid (1996) y Audet (2004), entre otros.

Otro modelo que busca explicar la intención emprendedora es el del Potencial Emprendedor de Krueger y Brazael (1994) quienes combinaron los modelos previos incorporando el concepto de auto eficiencia (Bandura, 1977b, Veciana et al., 2005). Posteriormente, Davidsson (1995) introduce más variables para analizar la intención emprendedora, incluyendo habilidades, necesidad, oportunidad, valores, actitudes generales y actitudes dominantes (vinculadas al concepto emprendedor como tal). Otros estudios relacionados son los de Kolvereid (1996), Audet (2004), Veciana et al. (2005), Moreno y Casillas (2008), Sarasvathy y Venkataraman (2011), Szirmai et al. (2011) y Ferreira et al. (2011).

El modelo y las hipótesis

En este estudio se analiza cómo un curso universitario de emprendimiento puede afectar la intención emprendedora (IE) de los estudiantes. Como menciona Chapa (2008), entre los beneficios que otorgan a los estudiantes la educación emprendedora está el detectar y promover las vocaciones empresariales, favorecer el autoempleo, orientar la vocación profesional de los participantes, vincular al sector productivo con el sector educativo.

La investigación sigue la metodología utilizada por Fayolle y Gailly (2013), uno de los escasos estudios existentes al respecto, y postula que las variables demográficas, la capacidad percibida (Gries y Naudé, 2011 y Wurthmann, 2014) y la educación para emprender, todas ayudan a explicar la intención de emprender (Fig. 1). En concreto, a través del estudio interesa especialmente averiguar cómo la educación emprendedora afecta a la IE. Se utilizan variables vinculadas a la teoría de comportamiento planificado más otras variables relacionadas con las denominadas normas sociales (Ajzen, 1991). Esta última variable ha sido considerada por Shapero y Sokol (1982) como "factibilidad percibida" y en el modelo de Davidsson (1995) como "antecedentes personales del estudiante".

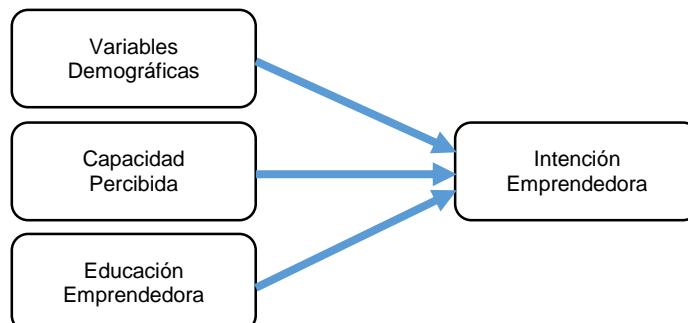


Fig. 1: Modelo explicativo de la Intención Emprendedora (IE) que este estudio propone.

El estudio de la IE en estudiantes universitarios de ciencias empresariales, ha sido frecuente en años recientes. Se puede mencionar a Bae et al. (2014), Fayolle y Gailly (2013), Shinnar et al. (2012) Walter et al. (2011) y Autio et al. (2001). Sin embargo, en Chile existe escasa información al respecto, destacando el artículo de Poblete y Amorós (2013), quienes no encuentran que la educación superior tenga un impacto en el emprendimiento. En el artículo de Cabana-Villca et al. (2013) concluyen que la capacidad emprendedora potencial en Chile es determinada, fundamentalmente, por la actitud y los atributos del estudiante. Para Amorós y Acha (2014), la evidencia muestra que el emprendimiento es determinado por variables demográficas.

Si bien la IE ha sido estudiada ampliamente, una dimensión relevante de esta es la forma en que puede ser impactada. En este sentido, el efecto, ya sea positivo o negativo, de un curso de emprendimiento sobre la IE de los estudiantes es un tema de investigación reciente. Este tipo de análisis, que compara el cambio de la IE luego de un curso, ha sido poco estudiado en la literatura. En nuestra revisión hemos encontrado sólo cuatro estudios, todos relativamente recientes, destacando Fayolle y Gailly (2013), Agudo et al. (2013), Graevenitz et al. (2010) y Souitaris et al. (2007). Ninguno de ellos ha analizado el caso de Latinoamérica.

En el presente estudio se analiza los resultados de un curso sobre emprendimiento dictado a estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial en una universidad chilena. Las hipótesis centrales que plantea son las siguientes:

Hipótesis 1: La educación emprendedora (X) influye positivamente en la intención por emprender (Y_INT_EMP) inmediatamente después de terminado el curso: Esta hipótesis busca estimar si existen diferencias en la IE previa y posterior al curso. La hipótesis sigue a Fayolle y Gailly (2013) quienes encontraron que, en el corto plazo, no había influencia sobre la IE de los estudiantes, pero que luego de 6 meses sí se percibía un incremento en la IE. Agudo et al. (2013) también encuentran que luego de dos asignaturas la percepción de los estudiantes en relación a la capacidad para ser emprendedor disminuye.

Hipótesis 2: La IE (Y_INT_EMP) es explicada por la educación emprendedora (X), aun cuando se controla por variables demográficas, de entorno familiar y de control de la conducta: Las características individuales de los estudiantes pueden afectar las percepciones acerca de su entorno, y determinan su intención por emprender a través de la deseabilidad (Shapero y Sokol, 1982, y Krueger y Brazael, 1994). Davidsson (1995) incluye en su modelo antecedentes demográficos de los individuos, tales como sexo, edad y educación.

METODOLOGÍA

A los estudiantes se les solicitó responder encuestas pre y post curso. La información extraída de ellas permitió comparar la variable Y_INT_EMP, cuando no tenían conocimientos concretos sobre emprendimiento (previo al curso), con la opinión de los mismos estudiantes inmediatamente finalizada dicha asignatura. Los estudiantes, a quienes se les aplicó el cuestionario, fueron alumnos de primer nivel de la carrera de Ingeniería Comercial, matriculados en la asignatura denominada "Desarrollo de Actitud Emprendedora". Este curso es el primero de tres a lo largo de la carrera, en el cual los estudiantes profundizan en el concepto de emprender.

Dicho curso posee cinco resultados de aprendizaje: 1) Diferenciar el pensamiento creativo del pensamiento gerencial para el desarrollo de la innovación empresarial; 2) Determinar las ventajas y desventajas del emprendedor para el éxito de empresas nuevas y del intraemprendedor para el éxito en empresas establecidas; 3) Diferenciar los conceptos de emprendimiento, innovación y creatividad orientados hacia la competitividad de las empresas; 4) Caracterizar el funcionamiento del Ecosistema del Emprendimiento y la Innovación regional; y 5) Ser capaces de organizar un proyecto social o privado utilizando todas las herramientas entregadas en el desarrollo del curso y/o en las asignaturas del primer nivel de la carrera. El curso tiene tres unidades en el curso: 1. Emprendimiento, innovación y creatividad. 2. Innovación e intraemprendimiento. 3. El ecosistema del emprendimiento y la innovación regional.

La asignatura se desarrolló con clases magistrales, trabajos de aprendizaje colaborativo, aprendizaje basado en equipos (TBL) y charlas de emprendedores y de entidades que apoyan el emprendimiento. La asignatura tiene una duración de un semestre, con una carga estándar de 4 créditos, distribuidos en 3 horas directas de cátedra semanal (clases presenciales con el profesor), 3 horas indirectas semanales (horas que el estudiante dedica al estudio). Las horas directas de cátedra semanal tradicional son organizadas en dos sesiones por semana, de una duración de 1,5 horas cada una.

Para el estudio se aplicó dos veces una encuesta a los estudiantes de la asignatura, el primer y el último día de clases (véase un resumen del instrumento aplicado, en el Anexo a este estudio). La IE fue medida a través de la siguiente pregunta:

(Y_INT_EMP): “¿Tengo la intención de comenzar algún negocio en el futuro?”. Las respuestas son situadas en una escala de Likert de 1 a 7. El menor valor refleja menor IE, y un 7 representa mayor IE.

Adicionalmente la encuesta incluyó variables vinculadas al entorno de los estudiantes, tales como educación, experiencia como emprendedores, características del negocio familiar, ingreso familiar, entre otros. El número de entrevistas válidas fue de 62 estudiantes, de un total cercano a 90, para los cuales el pre y el post test de cada persona se encontraba respondido. El cambio en la IE se define de manera independiente para las dos variables consideradas como representativas de la IE. En concreto, la variable a explicar se construye según como se aprecia a continuación, calculando los valores diferenciales entre el final e inicio del curso. Un valor positivo señala un aumento en la IE por parte del estudiante y viceversa.

$$Y_{INT_EMP} = Y \text{ al final del curso} - Y \text{ al inicio del curso} \quad (1)$$

Las cinco variables explicativas son las siguientes: Sexo (X1): Padre o madre dueño de empresa (X2): Educación del grupo familiar (X3): Capacidad percibida (X4): Ingreso familiar (mensual) (X5). Estas se describen en lo que sigue.

1. *Sexo (X1):* El Informe Global 2010 del GEM (Kelley et al., 2011) recoge que la actividad emprendedora es muy superior en los varones, un resultado que otros estudios también han verificado (Moriano et al., 2006; Reynolds et al., 2000; Davidsson, 1995). El conflicto entre el tiempo demandado por el negocio, la casa y la familia, parece suponer una barrera para las mujeres emprendedoras (Gofee y Scase, 1987).

2. *Padre o madre dueño de empresa (X2):* La vivencia del emprendimiento en el hogar, debería de favorecer la IE (Davidsson, 1995 y Krueger y Brazael, 1994). Consecuentemente, se espera una relación positiva entre esta variable y la IE. La pregunta utilizada para evaluar este aspecto fue ¿Es alguno de tus padres dueño de una empresa o negocio? La respuesta es dicotómica, 1=Si y 2=No.

3. *Educación del grupo familiar (X3):* Son numerosos los estudios que señalan que el entorno social y el entorno familiar influyen positivamente en la IE (Sánchez-Almagro, 2003). Parece que provenir de una familia con una madre o un padre empresario hace que haya más disposición para ello (Brockhaus, 1982). Consecuentemente, se espera una relación positiva entre esta variable y la IE. Como valores extremos de la encuesta se utilizó, 1: educación básica y 7: Postgrado. Luego se calculó el promedio de los niveles de educación de la madre y del padre y este valor fue el incluido en el análisis.

4. *Capacidad percibida (X4):* Esta variable es utilizada en los estudios del GEM, y se considera como proxy del control percibido de la conducta y/o auto eficacia. La pregunta considerada en la encuesta para medir esta variable es ¿Crees tener los conocimientos, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha un nuevo negocio? Las alternativas de respuesta son tres: 1 - Si; 2 - No y 1,5 - No sabe.

5. *Ingreso familiar (mensual) (X5):* No hay evidencia de la relación del ingreso familiar con la IE, pero será interesante analizar si esta variable influye sobre la IE. Para obtener este dato, los estudiantes señalan la suma aproximada del ingreso de todos los que trabajan en su hogar. Para ello se consideró el rango de 1 a 6, siendo el valor de 1, aquel que considera como rango de ingresos valores que van de \$0 a \$999.999 (pesos chilenos) y el valor de 6, representa que el grupo familiar tiene ingresos mayores a \$5.000.000 mensuales.

Para evaluar la hipótesis 1 se utilizó la prueba paramétrica t de Student para el diferencial de IE de los estudiantes. Para todos los casos se usó un nivel de significancia de 5%. Similar metodología fue desarrollada por Fayolle y Gailly (2013). Para verificar la hipótesis 2 se consideró un Análisis de Varianza (ANOVA). Para este caso, la variable explicada es el cambio en la IE luego del curso de emprendimiento (Y_{INT_EMP}), y las $n = 5$ variables explicativas (X_{ij}) son las variables categóricas Sexo (X1), padres empresarios (X2), educación familiar (X3), capacidad percibida (X4) e ingreso familiar mensual (X5).

El ANOVA utilizado plantea que

$$Y_j = \beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i X_{ij} + \varepsilon_j \quad (2)$$

donde β_i mide el efecto de la variable X_i sobre Y .

RESULTADOS

Las estadísticas descriptivas se muestran en la Tabla 1. Tal como se ha señalado anteriormente, la variable Y_INT_EMP corresponde al cambio en IE de la situación antes del curso (primera toma de la encuesta), y después del curso (segunda toma de la encuesta). Ver ec. 1. En la variable Y_INT_EMP se reportan solo los rangos en los cuales se observaron datos. En la variable X3_EDUC_FAM se calculó el promedio de los valores del padre y de la madre. Por este motivo aparecen como resultado categorías de educación "intermedias". La variable X5_INGR_FAM_MENS se encuentra en millones de pesos chilenos mensuales.

Tabla 1: Estadísticas descriptivas. Todas las variables son categóricas

X1_SEXO	Porcent	Acum.	X2_PADRES_EMPR	Porcent	Acum.	Y_INT_EMP	Porcent	Acum.
Hombre	45.2%	45.2%	Si	22.6%	22.6%	disminución extrema	3.2%	3.2%
Mujer	54.8%	100.0%	No	77.4%	100.0%	importante disminución	8.1%	11.3%
						disminución media	14.5%	25.8%
X3_EDUC_FAM	Porcent	Acum.	X4_CAPAC_PERCIB	Porcent	Acum.	disminución débil	6.5%	32.3%
Básica	4.8%	4.8%	Si	24.19	24.19	sin cambio	50.0%	82.3%
Intermedia1	12.9%	17.7%	No sabe	29.03	53.23	aumento débil	12.9%	95.2%
Media	19.4%	37.1%	No	46.77	100	aumento medio	3.2%	98.4%
Intermedia2	3.2%	40.3%				importante aumento	1.6%	100.0%
Técnica incompl	6.5%	46.8%						
Intermedia3	1.6%	48.4%	X5_INGR_FAM_MENS	Porcent	Acum.			
Técnica compl	12.9%	61.3%	menos de \$1mm	64.52	64.52			
Intermedia4	6.5%	67.7%	entre \$1mm y \$1.9mm	12.90	77.42			
Univ. incompl	11.3%	79.0%	entre \$2mm y \$2.9mm	11.29	88.71			
Intermedia5	1.6%	80.7%	entre \$3mm y \$3.9mm	6.45	95.16			
Univ. compl	12.9%	93.6%	entre \$4mm y \$4.9mm	3.23	98.39			
Intermedia6	6.5%	100.0%	más de \$5mm	1.61	100			

Una primera observación permite apreciar que en la mitad de los encuestados no se presentó cambio que la IE. De los encuestados que evidenciaron diferencias en su IE, un 32.3% presentó una reducción, y un 17.7% presentó un aumento. Es decir, en promedio la IE mostró una disminución de modo global luego de realizado el curso. Además, hay ligeramente más mujeres que hombres en la base datos. Se aprecia también una mayor proporción de padres no empresarios (X2). En relación a la educación (X3), los padres llegan en promedio hasta los niveles de estudios técnicos incompletos (alternativa 3) y estudios técnicos completos (alternativa 4). Por otro lado, la capacidad percibida para iniciar un negocio (X4) señala que los estudiantes perciben que no tener una buena autoperción sobre sus competencias emprendedoras, y que parecen no sentirse capaces para crear una empresa. En relación al ingreso mensual familiar (X5), el valor promedio obtenido se encuentra en el rango de hasta \$1 millón por mes.

En relación a la hipótesis 1, la Tabla 2 muestra los resultados del test de medias para el cambio en IE, luego del curso de emprendimiento. Dado el signo negativo y el valor del estadístico t, aquí se confirma estadísticamente que la IE fue afectada negativamente por el curso.

Dado lo anterior, el impacto en la IE de un curso de emprendimiento orientado a la creación de un negocio parece ser consistente con los resultados de otros autores. Alemany et al. (2011) reportaron que sólo un 28% de los estudiantes pensaba que un curso de este tipo le era útil. Fayolle y Gailly (2013) obtuvieron un resultado similar, en que la IE disminuía inmediatamente terminado el curso, aunque seis meses después se observó un impacto positivo. Por el contrario, Moriano et al. (2006) concluyeron que para España la educación hacia el autoempleo produce un aumento de la intención de crear una empresa. En conclusión, se puede afirmar que hubo un cambio inmediato significativo en la IE de los estudiantes, la que registró una disminución luego de la finalización del curso sobre emprendimiento.

Tabla 2. Test de medias para el cambio en Intención Emprendedora debido a un curso de emprendimiento.

Y_INT_EMP	
t (Valor observado)	-2.639
t (Valor crítico)	2.000
Grados de Libertad	61
p-value (dos colas)	0.011
alfa	0.05

La Tabla 3 reporta los resultados del análisis ANOVA implementado para evaluar el efecto en la IE con el objetivo de probar la hipótesis 2. La tabla muestra que, de acuerdo a la prueba F, sólo dos de las variables explican significativamente el cambio en la IE al 5% de significancia: el ingreso familiar mensual (X_5) y la capacidad percibida (X_4). Esto es consistente con los resultados de la Tabla previa.

Tabla 3. Resultados ANOVA para el cambio en Intención Emprendedora (Y_INT_EMP), debido a un curso de emprendimiento.

	Fuente	DF	Suma de Cuadrados	Cuadrados Medios	F	Pr > F
Y_INT_EMP	X1_SEXO	1	0.355	0.355	0.163	0.688
	X2_PADRES_EMPL	1	0.660	0.660	0.304	0.584
	X3_EDUC_FAM	11	20.745	1.886	0.869	0.577
	X4_CAPAC_PERCIB	2	15.861	7.930	3.652	0.035
	X5_INGR_FAM_MENS	5	45.452	9.090	4.187	0.004

Respecto a los signos de las relaciones anteriores, en la Tabla 4 se reportan con mayor detalle los coeficientes estimados en el ANOVA con el objetivo de probar la hipótesis 2. En particular se muestran los resultados de cada una de las categorías de la variable Y_INT_EMP, que muestran tener un efecto significativo en la voluntad de crear una empresa. Respecto a la capacidad percibida (X_4), se obtiene que el subgrupo que muestra un mayor incremento positivo en su voluntad de emprender (Y_INT_EMP) son aquellos estudiantes que se encuentran en la categoría superior del grupo, justamente quienes perciben tener mayores capacidades para desarrollar un negocio (X4_CAPAC_PERCIB-2), o quienes declaran tener un mayor control sobre la conducta y una mayor capacidad para enfrentar y solucionar los problemas. Este resultado coincide con la variable usada como proxy de control de la conducta y/o auto eficacia de los modelos de Ajzen (1991) y Krueger (1993) y Krueger y Brazael (1994).

Continuando con el análisis de la hipótesis 2, en específico respecto del impacto del ingreso familiar mensual (X_5) sobre (Y_INT_EMP) luego del curso, en la Tabla 4 el estadístico t-student revela que los estudiantes que tienen un mayor incremento positivo en su IE son quienes tienen menor renta familiar (categorías 2 y 3: ingreso de nivel medio), es decir para los rangos de ingresos inferiores a \$3.000.000 mensuales. Se aprecia una relación inversa entre la IE y el nivel de ingresos, dado el signo negativo del coeficiente. Puede notarse también que para ingresos altos (categorías 4, 5 y 6) esta relación no resulta significativa.

Tabla 4. Resultados ANOVA. Coeficientes de los parámetros de las categorías para las variables X4 y X5 respecto de la Intención Emprendedora.

	Fuente	Valor	t	Pr > t
Y_INT_EMP	X4_CAPAC_PERCIB-1	0.000		
	X4_CAPAC_PERCIB-1.5	1.311	1.883	0.067
	X4_CAPAC_PERCIB-2	1.804	2.703	0.010
	X5_INGR_FAM_MENS-1	0.000		
	X5_INGR_FAM_MENS-2	-1.971	-3.049	0.004
	X5_INGR_FAM_MENS-3	-1.890	-2.522	0.016
	X5_INGR_FAM_MENS-4	1.489	1.437	0.158
	X5_INGR_FAM_MENS-5	0.745	0.623	0.537
	X5_INGR_FAM_MENS-6	1.307	0.735	0.466

ANEXO

RESUMEN CUESTIONARIO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE CHILE
Post Test Junio- Julio 2013 / FONDECYT Nº 11121458

Rut (sin puntos ni guion) _____ e- mail _____

Año de nacimiento _____ Señale su género: Masculino _____ Femenino _____

Universidad donde Ud. estudia:

Universidad del Desarrollo Sede Concepción _____ Universidad del Desarrollo Sede Santiago _____

Universidad Andrés Bello Sede Santiago _____ Universidad Andrés Bello Sede Viña del Mar _____

Universidad Católica del Norte Sede Coquimbo _____ Universidad de ciencias de la información _____

¿Crees tener los conocimientos, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha un nuevo negocio?

Sí _____ No _____ No sabe _____

¿Qué opinas de las siguientes afirmaciones relativas a sus intenciones de iniciar un negocio?

	Absolutamente falso	Falso	Un poco falso	Ni verdadero ni falso	Algo de verdad	Verdadero	Absolutamente cierto
No ando buscando oportunidades para hacer negocios de ningún tipo	-	-	-	-	-	-	-
Estoy ahorrando dinero para comenzar un negocio que tengo en mente	-	-	-	-	-	-	-
No ando averiguando cómo iniciar un negocio	-	-	-	-	-	-	-
No tengo planes de partir un negocio	-	-	-	-	-	-	-
Invierto tiempo aprendiendo cómo iniciar un negocio	-	-	-	-	-	-	-
Tengo la intención de comenzar algún negocio en el futuro	-	-	-	-	-	-	-

Revisa las siguientes afirmaciones y reporta que tan de acuerdo estás con cada una de ellas

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
A menudo pienso en llegar a ser dueño de una empresa	-	-	-	-	-
Me gustaría llegar a verme a mí mismo como el dueño de una empresa	-	-	-	-	-
Llegar a ser dueño de una empresa forma parte importante de quien yo soy	-	-	-	-	-
Cuando pienso en el concepto "Empresario", creo que es algo que me queda bien	-	-	-	-	-
Soy de los que anda siempre pensando en cómo convertirme en empresario	-	-	-	-	-
Es importante para mi hablar de mi aspiración de convertirme en empresario algún día	-	-	-	-	-

Señale el ingreso familiar mensual (suma aproximada del salario o ingreso de todos los que trabajan en el hogar)

Entre 0 y \$999.000 _____ Entre \$1.000.000-1.999.000 _____ Entre \$2.000.000- 2.999.000 _____

Entre \$3.000.000- 3.999.000 _____ Entre \$4.000.000- 4.999.000 _____ Entre \$5.000.000- y más _____

¿Cuál es el nivel educacional de tu padre?

Básica completa _____ Media completa _____ Técnica incompleta _____ Técnica completa _____ Universitaria incompleta _____ Universitaria completa _____ Posgrado (magister o doctorado) _____

¿Cuál es el nivel educacional de tu madre?

Básica completa _____ Media completa _____ Técnica incompleta _____ Técnica completa _____ Universitaria incompleta _____ Universitaria completa _____ Posgrado (magister o doctorado) _____

¿Cuántos autos propios o pagándose tiene tu hogar?

0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 y más _____

23. ¿Tu hogar cuenta con servicio doméstico? (empleado/a o "nana")

Si _____ No _____ No sabe _____

¿Es alguno de tus padres dueño de una empresa o negocio? Si _____ No _____

Muchas Gracias!

DISCUSIÓN

En esta investigación se plantearon dos hipótesis respecto del cambio de la voluntad de emprender por parte de estudiantes universitarios de una carrera de negocios, quienes participaron de un curso de emprendimiento durante todo un semestre. La IE fue medida a través de la pregunta ¿Tengo la intención de comenzar algún negocio en el futuro?

Respecto a la Hipótesis 1, los resultados de la investigación mostraron que la IE post curso disminuyó, en relación al nivel de IE que señalaron los estudiantes al inicio del curso. Existe literatura que afirma que la educación emprendedora genera un efecto positivo sobre el deseo percibido hacia el emprendimiento (Wilson et al., 2007, Lima et al., 2014). También existe literatura empírica que ha encontrado una evidencia contraria, entre los que se puede citar, por ejemplo, a Souitaris et al. (2007), y Graevenitz et al. (2010), Alemany et al. (2011), Agudo et al. (2013) y Fayolle y Gailly (2013). En línea con esta última posición, es razonable pensar que muchos estudiantes aspiren inicialmente a crear una empresa, pero que al contrastar sus competencias personales con las de quienes desarrollan emprendimientos exitosos (casos de estudio), detecten una brecha difícil de cerrar. Si bien la educación emprendedora puede, entonces, permitir desarrollar competencias transversales que favorecerán el desarrollo profesional y la actitud emprendedora, también puede permitir en algunos estudiantes descubrir que realmente su vocación e intereses no van realmente en la línea del emprendimiento, en el sentido de crear una empresa.

La hipótesis 2 analizó las características demográficas que potencialmente influyen sobre la IE: sexo, padres empresarios, nivel de educación del grupo familiar, capacidad percibida y nivel de ingresos familiar mensual. Dos variables resultaron significativas: la capacidad personal percibida (X4) y el nivel de ingresos familiar mensual (X5). Para X4, luego del curso los estudiantes que muestran un mayor incremento positivo en su intención de emprender (Y_INT_EMP) son quienes perciben tener mayores capacidades para desarrollar un negocio. Respecto a X5, los estudiantes que tienen un mayor incremento positivo en IE son quienes tienen una renta familiar media o inferior. Sin embargo, esta conclusión no es válida para rentas altas. Estudiantes cuyos padres tienen ingresos más altos podrían estar en mayor contacto con emprendedores y, por esa vía podrían desarrollar una mayor autoeficacia. Si el perfil de entrada a un curso de emprendimiento es de una alta autoeficacia inicial, será más difícil ganar mayor eficacia durante el curso para dicho grupo, y adicionalmente también será más difícil que el curso cumpla sus expectativas, con el consiguiente efecto negativo en las intenciones de salida. La relación entre la IE de los estudiantes cuyos padres son dueños de empresas versus el resto ha sido estudiada por Shapero y Sokol (1982), Krueger y Brazael (1994) y Davidsson (1995).

Finalmente, se considera que esta investigación proporciona lineamientos útiles sobre qué es lo que se puede esperar de un programa de formación universitaria en emprendimiento. Descubrir las potenciales individuales puede en muchos casos reducir el interés por emprender. Por otro lado, estudiantes con competencias empresariales mejor desarrolladas y con mayor acervo de experiencias probablemente generen a futuro emprendimientos más exitosos, lo que debería ser preferible a un simple aumento en la cantidad de emprendimientos. Después de todo, crear y mantener un negocio en funcionamiento, aprovechando las oportunidades del mercado para crear valor para los propietarios y empleos de calidad para los trabajadores no es una tarea simple. En este sentido, un programa de formación universitaria en emprendimiento que permita analizar las circunstancias por las cuales han pasado negocios reales puede también permitir reducir las tasas de negocios que fracasan, y ayudar a discriminar negocios posibles en base a su potencial de crecimiento futuro.

CONCLUSIONES

Basado en lo comentado y los resultados de este estudio se desprenden las siguientes conclusiones principales:

- i) Se comprueba que la intención emprendedora fue afectada negativamente por el curso de emprendimiento, de un modo global.
- ii) El subgrupo que experimentó el mayor cambio en su voluntad de emprender fueron quienes declararon poseer una mayor percepción de su capacidad para solucionar los problemas, y aquellos quienes se encuentran en menores rangos de renta familiar.
- iii) La educación emprendedora universitaria puede tener efectos significativos en la IE pero en estudiantes que poseen determinadas características. Por ello, un diagnóstico previo a los estudiantes puede ayudar a predecir el impacto de los cursos de emprendimiento convencionales sobre la IE.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación se ha realizado bajo el apoyo del Proyecto Fondecyt N° 11121458, "The Effect of Obligatory Entrepreneurship Education on College Students".

REFERENCIAS

- Agudo, J. E., R. Hernández-Linares, M. Rico y Héctor Sánchez, *Competencias Transversales: Percepción de su Desarrollo en el Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos*, Formación Universitaria, 6(5), 39-50 (2013)
- Alemany, L., C. Álvarez, M. Planellas, y D. Urbano, *Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España*. ESADE (2011)
- Ajzen, I. *Theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211 (1991)
- Amorós, J. E. y A. Acha, *Global Entrepreneurship Monitor GEM*. Reporte Nacional de Chile, 88 (2013)
- Audet, J., A *Longitudinal Study of the Entrepreneurial Intentions on University Students*. Academy of Entrepreneurship Journal, 10(1), 3-16 (2004)
- Autio, E., R. Keeley, M. Klofsten, G. Parker, y M. Hay, *Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavian and in the USA*. Enterprise and Innovation Management Studies, 2(2), 145-160 (2001)
- Bae, T., S. Qian, C. Miao, C. y J. Fiet, *The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review*, Entrepreneurship Theory and Practice, 38(2), 217-254 (2014)
- Bandura, A. *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall (1977a)
- Bandura, A. *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change*, Psychological Review, 84, 191-215 (1977b)
- Basso, O., A. Fayolle y V. Bouchard, *Entrepreneurial orientation: the making of a concept*. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 10(4), 313-321 (2009)
- Brockhaus, R. H. *The psychology of the Entrepreneur*. Encyclopedia of Entrepreneurship (39-56). Prentice-Hall (1982)
- Cabana-Villca, R. I. Cortés-Castillo, D. Plaza-Pasten, M. Castillo-Vergara y A. Alvarez-Marin, *Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior*, Journal of Technology Management & Innovation. 8(1), 65-75 (2013)
- Chapa, E. A. *Programa Emprendedor Obligatorio. Alternativa de Educación Integral Formación Universitaria*, Formación Universitaria, 1(6), 35-39 (2008)
- Davidsson, P. *Determinants os Entrepreneurial Intentions*. Paper presented at RENT IX Conference, Workshop in Entrepreneurship Research. Italy, november 23-24 (1995)
- Fayolle, A. y B. Gailly, *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intentions: Hysteresis and Persistence*. Journal of Small Business Management (2013)
- Ferreira, J., S. Garrido y R. Fernández, *Contribution of Resource-Based View and Entrepreneurial Orientation on Small Firm Growth*. Cuadernos de Gestión, 11 (1), 95-116 (2011)
- Gofee, R. y R. Scase, *Entrepreneurship in Europe: the social processes*. London. New York, Croom Helm. (1987)
- Graevenitz, G., D. Harhoff y R. Weber, "The Effects of Entrepreneurship Education" Journal of Economic Behavior and Organization, 76 (1), 90-112 (2010)
- Gries, T. y W. Naudé, *Entrepreneurship and human development: A capability approach*. Journal of Public Economics. 95 (3-4), 216-224 (2011)
- Kelley, D., N. Bosma, y J. E. Amorós, *Global Entrepreneurship Monitor 2010, Global Report*. Babson College y Universidad del Desarrollo (2011)

- Kolvereid, L. *Prediction of employment status choice intentions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 21 (1), 47-58 (1996)
- Krueger, N. F. *The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability*. Entrepreneurship Theory and Practice, 18 (1), 5-21 (1993)
- Krueger, N. F., y A. Carsrud, *Entrepreneurial Intentions: Applying Theory of Planned Behavior Intentions*. Journal Entrepreneurship & Regional Development, 5 (3), 315-330 (1993)
- Krueger, N.F. y D. Brazael, *Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs*. Entrepreneurship Theory and Practice, 18 (3), 91-104 (1994)
- Krueger, N. F., Jr. M. Reilly, y A. Carsrud, *Competing Models of Entrepreneurial Intentions*. Journal of Business Venturing, 15(5), 411-432 (2000)
- Lima, E., R. Lopes, V. Nassif, y D. da Silva, *Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges*. Journal of Small Business Management, 53(4), 1033-1051, (2015)
- Moreno, A. y J. Casillas, *Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model*. Entrepreneurship Theory and Practice. 32(3), 507–528 (2008)
- Moriano, J. A., F. Palací y J. Morales, *El perfil psicosocial del emprendedor universitario*. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 22(1), 75-100 (2006)
- Poblete, C. y JE. Amorós, *University Support in the Development of Regional Entrepreneurial Activity: An Exploratory Study from Chile*, Investigaciones Regionales, 26, 159-177 (2013)
- Reynolds, P.D., M. Hay, M., W. Bygrave, S. Camp, y E. Autio, *E. Global Entrepreneurship Monitor 2000 Executive Report*. Kansas, MO: Kauffman Foundation (2000)
- Sánchez-Almagro, M. L. *Perfil Psicológico del Autoempleado*. Tesis Doctoral no publicada. Univ. Complutense de Madrid. España (2003)
- Sarasvathy, S. y S. Venkataraman, *Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial Future*. Entrepreneurship Theory and Practice. 35(1), 113–135 (2011)
- Shapero, A., y L. Sokol, *The Social Dimensions of Entrepreneurship*, in C. Kent, D. Sexton, and K. H. Vesper (eds.). The Encyclopedia of Entrepreneurship. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 72-90 (1982)
- Shinnar, R., O. Giacomin y F. Janssen, *Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture*, Entrepreneurship Theory and Practice, 36(3), 465-493 (2012)
- Souitaris V., S. Zerbinati y A. Al-Laham, *Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources*, Journal of Business Venturing, 22(4), 566–591 (2007)
- Szirmai, A. W. Naude y M. Goedhuys, *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development*. Series: Unu-Wider Studies in Development Economics. 256 pages. Oxford University Press; 1 edition (June 25, 2011)
- Veciana, JM., M. Aponte y D. Urbano, *University students' Attitudes towards Entrepreneurship: A two countries comparison*. International Entrepreneurship and Management Journal, 1, 165-182 (2005)
- Walter, S., K. Praveen, K. y A. Walter, *University Departments and Self-Employment Intentions of Business Students: A Cross-Level Analysis*", Entrepreneurship Theory and Practice, 37 (2), 175-200 (2011)
- Wilson, F., J. Kickul, y D. Marino, *Gender, Entrepreneurial Self Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education*, Entrepreneurship Theory and Practice, 31(3), 387-406 (2007)
- Wurthmann, K. *Business students' attitudes toward innovation and intentions to start their own businesses*. International Entrepreneurship and Management Journal, 10(4) (2014)