

El contexto universitario de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra como determinante de la intención emprendedora de sus estudiantes



Guillermo VandeLinde*
Pontificia Universidad
Católica Madre y Maestra
guillermovanderlinde@pucmm.
edu.do



Tamara Mera Cury**
Pontificia Universidad Católica
Madre y Maestra
t.mera@ce.pucmm.edu.do



Rosa Y. Ruiz***
Pontificia Universidad Católica
Madre y Maestra
Rosaruiz@pucmm.edu.do

The university context of Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra as a determinant of the entrepreneurial intention of its students

Recibido: 18 de abril de 2022 | Aprobado: 25 de mayo de 2022

Resumen

El reconocimiento al papel de relevancia que juega la educación emprendedora y su influencia sobre la intención de crear un negocio es una de las razones para que los académicos dispongan de una mayor comprensión sobre cómo se constituyen y articulan las intenciones emprendedoras del alumnado. En este sentido, el objetivo principal de esta investigación es determinar si el contexto universitario tiene una influencia en la Intención Emprendedora de los alumnos (IE), y, en segundo lugar, identificar la percepción de los estudiantes sobre el incremento de sus habilidades emprendedoras como consecuencia de los aprendizajes obtenidos en los cursos ofrecidos. Para ello se empleó una metodología de investigación de corte analítico, cuantitativo e inferencial. La muestra validada está compuesta por 282 estudiantes de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, de los cuales 276 son de pregrado y 06 de postgrado.

Los resultados del estudio mostraron que no existe una influencia en la Intención Emprendedora (IE) de los estudiantes que participaron en cursos de emprendimiento. De igual manera, los hallazgos del estudio mostraron que no existe una influencia en la Intención Emprendedora (IE) en aquellos estudiantes que perciben el incremento de sus habilidades para identificar oportunidades de negocios como consecuencia de los cursos ofrecidos por la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Sin embargo, el estudio apunta a que es fundamental evaluar los métodos de enseñanza actuales. Acciones formativas orientadas al emprendimiento pueden mejorar la intención emprendedora, la satisfacción hacia el emprendimiento y la efectividad del aprendizaje.

Palabras clave: Emprendimiento; educación; intención emprendedora; negocio; contexto universitario.

* Bachelor Science Engineering. Maestría en Administración de Empresa. Diploma en Estudios Avanzados En Educación. Profesor Asociado Escuela de Negocios de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Para contactar al autor: guillermovanderlinde@pucmm.edu.do

** Ingeniería Civil. Maestría en Administración de Empresa. Profesora instructora de carrera académica de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Para contactar a la autora: t.mera@ce.pucmm.edu.do

*** Doctora en Economía y Empresa. Licenciada en Contabilidad. Maestría en Administración Estratégica. Maestría en Investigación. Profesora instructora de carrera académica de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Para contactar a la autora: RosaRuiz@pucmm.edu.do

Abstract

The recognition of the importance and role of entrepreneurial education and its influence on the intention to start a business is one of the reasons why academics have a better understanding of how entrepreneurial intentions are constituted and articulated. The main objective of this research is to determine if the university context influences the Entrepreneurial Intention (IE), and secondly to identify the students' perception of the increase in their entrepreneurial skills because of the learning obtained in the courses offered. For this, an analytical, quantitative, and inferential research methodology was used. The validated sample is made up of 282 Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra students, of which 276 are undergraduate and 6 postgraduates. The results of the study showed that there is an influence on the Entrepreneurial Intention (EI) of the students who participated in entrepreneurship courses. Similarly, students perceive that the courses offered by Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra have increased their ability to identify opportunities in the market.

Keywords: *entrepreneurship; education; entrepreneurial intention; business.*

Introducción

La presencia de una creencia colateral en relación al papel de los emprendedores para fortalecer la economía debido a su aporte al aumento de la fuerza de incremento de los ingresos y una vida más próspera a la población ha sido ampliamente estudiada (Jena, 2020; Sá y Holt, 2019; Soria-Barreto et al., 2016).

Así, los emprendedores, en el afán de hacer realidad sus pensamientos y convertirlos en empresas reales franquean ciclos diferentes, entre los cuales, la intención de emprender predomina de forma considerable sobre otras fases, ya que implica la acción precursora del comportamiento emprendedor, siendo la misma el pistoletazo de salida de cualquier iniciativa, independientemente de su desempeño, estatus en el tiempo y otros elementos. Esta responsabilidad de arrancar en todas sus dimensiones con una iniciativa emprendedora conlleva una destreza mental que toma forma de manera inflexible sobre la decisión de emprender (Peng et al., 2012), además de incidir en la percepción de la certeza acerca del riesgo percibido sobre establecer una empresa y el procedimiento equilibrado para su realización futura (Soria-Barreto et al., 2016).

En efecto, si concebimos el proceso de iniciar una empresa como la concepción de lograr percibir las oportunidades y tener presente las

amenazas, si logramos considerar la tarea de identificar las oportunidades de un negocio como un asunto razonable e intencional, las decisiones emprendedoras visiblemente captan un interés de investigación relevante. De hecho, en la bibliografía psicológica las intenciones indican que es el principal predictor de la conducta planificada (Ajzen, 1991), especialmente, cuando esa conducta es anómala o tiene una dificultad de observación.

El desarrollo de un emprendimiento demanda tiempo y envuelve un gran proceso de planificación, tanto a nivel operativo como estratégico, sin que ambas vertientes sean excluyentes entre sí. Consecuentemente, resulta cuesta arriba suponer que la creación de un negocio responde meramente a una réplica de una inducción y no a una decisión planificada.

Visto desde la lógica expresada en los párrafos anteriores, la conducta emprendedora es puntualmente una de tipo planificada (Bird, 1988; Katz y Gartner, 1988) para la que los modelos de intenciones son notablemente provechosos, ya que nos permiten ponderar una forma para pronosticar mejor el comportamiento emprendedor (Krueger et al., 2000).

Krueger y Carsrud (1993) han propuesto que las intenciones emprendedoras establecen el secreto para concebir la carrera de emprendimiento y consiguen ser advertidas como el primer peldaño en

la extensa y complicada carrera del emprendimiento (Gardner et al., 1994). Así, las intenciones componen el primordial predictor particular del comportamiento emprendedor. El estudio de los precursores y concluyentes de dichas intenciones toma exclusiva relevancia a fin de entender el proceso de creación de empresas. Esta es una de las razones por las que los académicos, docentes, y emprendedores deberían aprovechar más el discernimiento acerca de cómo se constituyen las intenciones emprendedoras, a fin de disponer de una comprensión más holística y específica en cuanto a cómo las creencias, las percepciones, los valores, las actitudes y los motivos (personales y colectivos) se articulan íntimamente en torno a la intención de iniciar un negocio.

A nivel contextual, la República Dominicana registra niveles significativos de actividad emprendedora, exhibiendo una tasa de emprendimiento total (TEA) de 18.2% en comparación con la tasa promedio de Latinoamérica que asciende al 22.4%. Así, el TEA para República Dominicana nos indica que el 18.2% de su población económicamente activa tiene un negocio en etapas iniciales o más avanzadas. Estos datos provienen del Reporte Nacional del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de la República Dominicana, para el período 2018-2019. Dada esta incidencia, resulta más importante la educación específica y transversal en temas relacionados con la innovación y el emprendimiento, acción que debe realizarse, por la naturaleza de estas, con más hincapié en las carreras relacionadas a las disciplinas de ingeniería y de negocios.

Sin embargo, aun cuando se reconoce la importancia de emprender y la influencia de la educación sobre la Intención Emprendedora -en lo adelante, IE- (Vélez et al., 2020), existen resultados disímiles en la literatura pertinente respecto de cuáles son las variables que influyen fundamentalmente en los deseos de emprender, así como de cuál es el papel que desempeña la enseñanza del emprendimiento en la referida intención o propósito. (Araya-Pizarro, 2021).

Estas investigaciones han sido realizadas típicamente en torno a los siguientes aspectos:

- a. ¿Los programas de educación empresarial (EEP) realmente influyen en las actitudes

de los participantes? ¿Se promueve una intención hacia el emprendimiento?

- b. ¿Cómo se relaciona esta influencia con la experiencia pasada y cómo persiste?

En efecto, tanto los investigadores como las partes interesadas en la educación empresarial han estado indagando de manera científica esta cuestión durante bastante tiempo con miras a validar la eficacia de tales programas (Fayolle y Gailly, 2009). Así, la asistencia en una capacitación empresarial sobre percepciones acerca de la ventaja y posibilidad de iniciar un negocio, se perfila como factible y oportuna. Consecuentemente, después de completar el programa empresarial, los participantes informaron significativamente mayores percepciones tanto de conveniencia como de factibilidad. (Peterman y Kennedy, 2003).

Partiendo de lo anterior, para la presente investigación se plantea como objetivo fundamental determinar si el resultado de la matriculación en clases de emprendimiento, ya sean asignaturas electivas u obligatorias de los pensa de los alumnos, influye en la Intención Emprendedora (IE) de los estudiantes universitarios de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM). Como objetivo secundario proponemos identificar si los estudiantes perciben que los cursos ofrecidos les han incrementado sus habilidades para identificar oportunidades para iniciar un negocio, o si bien promueven o inhiben su Intención Emprendedora (IE).

De esta forma, pretendemos ofrecer una visión analítica y actual acerca de la Intención Emprendedora (IE) en estudiantes universitarios de la PUCMM que contribuya a comprender mejor si la enseñanza que han recibido nuestros alumnos influye en la creación de nuevos negocios. Se espera que las observaciones suministren información relevante para que la PUCMM pueda fortalecer y mejorar la efectividad de los programas de emprendimiento ofrecidos. Eventualmente, la aplicabilidad de este estudio puede implicar réplicas en otras poblaciones estudiantiles nacionales e internacionales, dando lugar a una mejor aprehensión del fenómeno analizado.

De esta forma, este artículo se conforma de la siguiente manera: inicia con una revisión breve de

la literatura sobre la Intención Emprendedora, la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) y la influencia del contexto universitario en la intención emprendedora. Continúa exponiendo la metodología de la investigación. Posteriormente, se muestran los resultados relacionados de la vinculación del contexto universitario con la Intención Emprendedora (IE) del alumnado. Por último, se ofrecen las conclusiones y la discusión de los resultados.

La Intención Emprendedora (IE)

Los investigadores a nivel mundial están de acuerdo en que el emprendimiento es una herramienta básica y crucial para la creatividad, la innovación, la creación de empleo, la generación de riqueza, la reducción de la pobreza y el crecimiento económico (Colette et al., 2005; Kuratko, 2009; Lingappa et al., 2020; Sánchez, 2015; Taatilla, 2010; Zahra et al., 1999). Dado que el espíritu empresarial se ha convertido en un motor para el crecimiento y el desarrollo económico, los investigadores y académicos se han esforzado mucho en cuanto a investigar y describir cómo y por qué se originan las nuevas empresas. De esa forma, se han hecho valiosas contribuciones de conocimiento para la comprensión de las intenciones y procesos emprendedores (Schlaegel y Koenig, 2014)

Así, la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), que explica las intenciones empresariales, reconoce que, tanto la intencionalidad como la previsión, son características fundamentales del ser humano (Bandura, 2001). De esta manera, la intención emprendedora constituye una representación de la dirección de la acción futura, así como de las elecciones de los individuos, fungiendo como un elemento que también dirige y mantiene el comportamiento. Las investigaciones hasta la fecha en áreas tan diversas como el comportamiento relacionado con la salud, el comportamiento electoral, la actividad de tiempo libre o la búsqueda de empleo demuestran que la intención es un fuerte predictor del comportamiento (Armitage y Conner, 2001).

Así, la intención emprendedora se define como el estado mental consciente que precede a la acción y que dirige la atención hacia una meta tal como iniciar un nuevo negocio (Bird, 1988; Krueger y

Carsrud, 1993). Tener la intención de desarrollar una carrera empresarial es el primer paso para el proceso, -a menudo largo-, de creación de empresas (Gardner et al., 1994).

Varios modelos pretenden explicar las intenciones emprendedoras como la concreción del evento emprendedor. En este orden tenemos, por ejemplo: El Modelo de Shapero (1982), el Modelo de Implementación de Ideas Emprendedoras (Bird, 1988) o el de Maximización de la Utilidad Esperada (Douglas y Shepherd, 2002). A pesar de que estos modelos significan un paso adelante en la investigación del comportamiento empresarial, no han sido tan influyentes como el TPB (Autio et al., 2001; Krueger et al., 2000; van Gelderen et al., 2008). A diferencia de otros modelos, el TPB ofrece una perspectiva coherente y de aplicación general. De hecho, este marco conceptual nos permite entender y pronosticar la intención emprendedora no solo considerando los factores personales, sino además los factores personales (Krueger et al., 2000) tales como la historia personal y las características y habilidades que pueden predisponer a los individuos hacia ejecutar intenciones emprendedoras. Este modelo integra además el contexto social mediante la consideración de elementos tales como el apoyo y la cultura.

Sin embargo, según el TPB, solo tres componentes predicen directamente las intenciones conductuales. La teoría plantea que los factores influyen en las intenciones a través de estos tres componentes:

1. Actitud hacia el comportamiento
2. Aspectos subjetivos de las normas
3. Control conductual percibido

La actitud hacia el comportamiento dentro de la TPB se define como la percepción individual de la presión social de involucrarse o no en un comportamiento emprendedor (Ajzen, 1991). Estudios previos sobre el tema de intención emprendedora han medido las actitudes mediante el uso de un solo ítem que se centra en el interés personal en cuanto a iniciar un negocio (Autio et al., 2001; Krueger et al., 2000). No obstante, este es un solo elemento. Por otro lado, las medidas son propensas a la falta de fiabilidad de la medición (DeVellis, 1991).

Adicionalmente, según el TPB, la actitud hacia un comportamiento emprendedor está determinada por el conjunto total de creencias conductuales accesibles y la vinculación del comportamiento a varios resultados, además de otros atributos. Además, la fuerza de cada creencia es ponderada por la evaluación de los resultados (Ajzen, 1991). Así, si por ejemplo dos personas pueden y tienen una creencia igualmente fuerte de que el emprendimiento implica enfrentar nuevos desafíos, uno de ellos puede ver estos desafíos positivamente, mientras que el otro puede considerarlos como desagradables. Este proceso de dos elementos de formación de actitudes nos permite explicar por qué las personas que tienen diferentes creencias pueden exhibir actitudes idénticas y viceversa.

De su lado, tenemos la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991; 2011) y Fishbein y Ajzen (1975). De acuerdo con este modelo, el principal predictor del comportamiento es la intención. En este sentido, apunta a que la intención de presentar un tipo específico de conducta está influenciada por tres factores: (1) la actitud hacia dicho comportamiento, (2) las normas subjetivas y (3) el control conductual percibido. La teoría del Comportamiento Planificado no solo permite predecir el comportamiento, sino que también lo explica a través de las actitudes, habilidades y los valores de los individuos.

La Teoría del Comportamiento Planificado es apropiada en ocasiones en que el comportamiento es de difícil observación de manera explícita o el mismo ocurre de forma que no es fácil predecir, como es el caso de la conducta emprendedora (Krueger et al., 2000). Así pues, esta teoría ha sido aprovechada en el área de la exploración del emprendimiento, debido a la carencia dada la necesidad de exponer científicamente los concluyentes de la conducta emprendedora y la jerarquía del propósito para presagiar esta conducta (Ajzen, 2011). Este enfoque accede, además, desde el punto de vista individual, a entender el procedimiento en las decisiones del inminente emprendedor (Krueger y Carsrud, 1993; Fayolle y Liñán 2014). Consecuente y previsiblemente, al unir intenciones con una oportunidad en el ambiente apropiado, se obtendrían como resultados que la persona exhiba su comportamiento emprendedor personal (Ajzen, 2011).

Según la literatura, la tasa de formación de nuevas empresas es la mejor métrica para evaluar el éxito de la educación empresarial (Raposo y Do Paço, 2011). Sin embargo, otros estudios sugieren que se deben investigar más criterios para predecir el propósito y el desempeño empresarial. Muchos investigadores (Bae et al., 2014; Fayolle y Gailly, 2009; Oosterbeek et al., 2010) están de acuerdo en que un programa de educación empresarial debe aumentar la conciencia empresarial de los estudiantes, además de permitirles desarrollar aún más sus habilidades organizacionales y enseñarles cómo poner la teoría en práctica y resaltar el espíritu empresarial como una opción de carrera (Patricia y Silangen, 2016). La educación empresarial, según Schoof (2006), es fundamental para ayudar a los jóvenes a desarrollar cualidades y actitudes empresariales, así como para comprender el espíritu empresarial como una opción profesional. En 2004, la Comisión Europea para la educación sugirió que la educación empresarial se incluyera en los currículos e instituciones educativas nacionales de todos los Estados miembros de la UE. La educación empresarial, por lo tanto, se refiere tanto a la capacitación como a las actividades motivadoras en un sistema educativo, que ofrece a los estudiantes el acceso a aprendizaje y entrenamiento sobre habilidades, inspiración y conocimientos empresariales para emprender negocios (Ekpoh y Edet, 2011). Sin embargo, el espíritu empresarial generalmente se enseña en los departamentos de estudios económicos, a menos que sea parte de un curso específico de alguna otra disciplina. Se demostró que las intenciones empresariales se ven influidas positivamente por la participación en la educación empresarial, aumentada por las redes sociales y las actividades de coaching (Küttim, 2014).

La exploración del papel de la instrucción en emprendimiento a favor de la intención emprendedora (IE) del alumnado ha permitido identificar seis elementos precisos que contribuyen a crear el apetito emprendedor, todos afines principalmente al elemento actitud hacia el emprendimiento y los problemas percibidos de emprender. Esto sería ejemplo de que la educación incide de manera positiva en la intención emprendedora (IE), siempre y cuando

permita, además la mejora las competencias emprendedoras, aumentar el entendimiento de las actitudes y los valores asociados a emprender (Aldana-Rivera et al., 2019; Vélez et al., 2020).

La autoeficacia empresarial y la intención, como indicador del comportamiento empresarial, se introdujeron como resultados esenciales para evaluar la eficacia de la educación empresarial. La primera evidencia empírica se produjo sobre el vínculo entre los programas de emprendimiento y los cambios de actitud e intención hacia el autoempleo (Wilson et al., 2007; Souitaris et al., 2007).

Metodología

La presente se trata de una investigación de corte analítico, cuantitativo e inferencial. Esto implica la utilización de técnicas de recolección de datos de corte numérico para un posterior procesamiento estadístico. Los estudios cuantitativos permiten el planteamiento de suposiciones previas respecto de los resultados esperados, resultando los mismos comparables en el tiempo.

Por tanto, la presente investigación cuenta con hipótesis previas. En efecto, se dispone de tres supuestos que se espera sean confirmados.

Como apoyo a las hipótesis formuladas en este estudio, citamos a Franke y Lüthje (2004), quienes encontraron que los estudiantes que evalúan el ambiente universitario como insuficiente o negativo para incentivar el emprendimiento manifiestan intenciones emprendedoras más bajas que aquellos que tienen percepciones positivas. Además, los autores compararon los efectos de factores individuales y demográficos y el contexto universitario sobre las intenciones emprendedoras y encontraron que el contexto universitario fue el más impactante de los tres. De su lado, Schwarz et al. (2009) llegaron a resultados similares señalando que el entorno educativo tuvo un impacto significativo en el espíritu emprendedor y las intenciones. Por otra parte, Cheng et al. (2009), así como Packham et al. (2010), también evidenciaron que la educación en el espíritu empresarial es un factor importante para que un individuo decida actuar sobre sus intenciones empresariales. Por último, en un estudio sobre la educación emprendedora en universidades británicas, Smith et al. (2006) sugirieron que la educación empresarial debe estar integrada en los programas de las universidades.

Como hemos referido, a la luz de estos estudios y de toda la argumentación teórica ya exhibida en acápites anteriores, se han desarrollado las siguientes hipótesis sobre factores de la educación universitaria:

H1: Existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que se han matriculado en por lo menos una asignatura de emprendimiento como electiva y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

H2: Existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que se han matriculado en por lo menos una asignatura de emprendimiento como parte de su programa de estudio y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

H3: Existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que entienden que los cursos ofrecidos les han incrementado su habilidad para identificar oportunidades y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

El universo de estudio está constituido por los estudiantes de la PUCMM, República Dominicana, tanto del Campus de Santiago como del Campus de Santo Domingo.

Las técnicas fundamentales de recolección de datos en la presente investigación fue la encuesta, habiéndose utilizado el instrumento provisto por la Encuesta GUESSS. La metodología del proyecto GUESSS computa la fuerza de la intención emprendedora como una función fruto de una combinación de preguntas donde los alumnos muestran su nivel de acuerdo o desacuerdo con una serie de afirmaciones que tienen como propósito obtener su intención de transformarse en emprendedores en el futuro (Liñán y Chen, 2009). Para este estudio se usó la porción de la muestra para la República Dominicana que corresponde a la PUCMM.

El levantamiento de los datos se realizó entre marzo y junio de 2021, por medio de un cuestionario digital que se les envió a los profesores de las diferentes Facultades, quienes a su vez lo remitieron a sus estudiantes. Por otro lado, a partir de la inferencia estadística sobre los datos descriptivos, se

probó que no existen, en términos argumentales y analíticos, diferencias significativas entre las variables analizadas.

Resultados

Composición de la muestra

La muestra validada está compuesta por 282 estudiantes de los cuales 276 son de pregrado y el resto de postgrado. De estos, 210 pertenecen a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 27 a la Facultad de Ingeniería, 5 a la Facultad de Humanidades y 27 a la Facultad de Ciencias de la Salud. 50.3% de la muestra son hombres y 49.7% mujeres. El 50% tiene edades comprendidas entre los 19 y los 23 años. El resto se encuentra entre 24 y 45 años.

Verificación de la hipótesis

Utilizaremos la Prueba T para la igualdad de medias para muestras independientes. En cuanto a la comparación de las medias de dos grupos de casos, la contrastación se realizó entre las medias de dos poblaciones independientes (los individuos de una de las poblaciones son distintos a los individuos de la otra) como es nuestro caso en torno a la comparación de las poblaciones de alumnos que está intentando crear su propio negocio o convertirse en autónomo y los que no.

Pasamos pues a la validación estadística inferencial de las hipótesis subsecuentes, a considerar:

Tabla 1.

Todos los test t students realizados

Estadísticas de grupo					
	¿Está intentando iniciar su propio negocio o convertirse en autónomo?	N	Media	Desv. estándar	Media de error estándar
Indique cuál de los siguientes se aplica a usted (múltiples respuestas posibles). He asistido al menos a un curso de emprendimiento como electivo.	No	162	-57,02	49,505	3,889
	Sí	120	-57,33	49,507	4,519
Indique cuál de los siguientes se aplica a usted (múltiples respuestas posibles). He asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios.	No	162	-60,73	48,756	3,831
	Sí	120	-61,50	48,615	4,438
Por favor Indique en qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre sus estudios (1=nada, 7=mucho). Los cursos y ofertas a los que asistí... - mejoraron mi capacidad para identificar una oportunidad.	No	162	3,17	14,156	1,112
	Sí	120	5,10	1,826	,167

Prueba de muestras independientes					
		prueba t para la igualdad de medias			
		Significación		Diferencia de medias	Diferencia de error estándar
		P de un factor	P de dos factores		
Indique cuál de los siguientes se aplica a usted (múltiples respuestas posibles). He asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios.	Se asumen varianzas iguales	,479	,959	,309	5,963
	No se asumen varianzas iguales	,479	,959	,309	5,963
	Se asumen varianzas iguales	,448	,895	,772	5,865

Prueba de muestras independientes					
		prueba t para la igualdad de medias			
		Significación		Diferencia de medias	Diferencia de error estándar
		P de un factor	P de dos factores		
Indique cuál de los siguientes se aplica a usted (múltiples respuestas posibles). He asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios.	No se asumen varianzas iguales	,448	,895	,772	5,863
	Se asumen varianzas iguales	,070	,140	-1,92	1,301
Por favor Indique en qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre su estudios (1=nada, 7=mucho). Los cursos y ofertas a los que asistí... - mejoraron mi capacidad para identificar una oportunidad.	No se asumen varianzas iguales	,044	,088	-1,927	1,125

Prueba de Levene

- Si la probabilidad obtenida P-Valor => Alpha aceptar H_0 = las varianzas son iguales
- Si la probabilidad obtenida P-Valor < Alpha aceptar H_1 = Existe diferencia significativa entre las varianzas

Resultados de las hipótesis

Hipótesis H1: Existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que se han matriculado en por lo menos una asignatura de emprendimiento como electiva y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

Tabla 2: Igualdad de varianza

p-Valor = .479	>	Alpha = 0 .05
-----------------------	-------------	----------------------

Conclusión: No existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que se han matriculado en por lo menos una asignatura de emprendimiento como electiva y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

Hipótesis H2: Existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que se han matriculado en por lo menos una asignatura de emprendimiento como parte de su programa de estudio y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

Tabla 3: Igualdad de varianza

p-Valor = .448	>	Alpha = 0 .05
-----------------------	-------------	----------------------

Conclusión: No existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que se han matriculado en por lo menos una asignatura de emprendimiento como parte de su programa de estudio y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

Hipótesis H3: Existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que entienden que los cursos ofrecidos les han incrementado su habilidad para identificar oportunidades y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

Tabla 4: Igualdad de varianza

p-Valor = .070	>	Alpha = 0 .05
-----------------------	-------------	----------------------

Conclusión: No existe una diferencia significativa entre la media de los estudiantes de la PUCMM que entienden que los cursos ofrecidos les han incrementado su habilidad para identificar oportunidades y la media de los estudiantes que están tratando de iniciar un negocio propio.

Discusión y contribuciones

El objetivo principal de esta investigación fue observar si el contexto universitario influye en la

intención emprendedora (IE) de los estudiantes universitarios de la PUCMM. Los hallazgos de este estudio mostraron que, efectivamente, no existe una influencia en los estudiantes que han participado en cursos sobre emprendimiento como asignaturas electivas o, bien, clases que son parte de sus planes de estudio. De igual forma, no existe una influencia en la intención emprendedora en aquellos estudiantes que perciben que los cursos ofrecidos por la PUCMM han incrementado su habilidad para identificar oportunidades en el mercado.

Contrario a estos resultados, cabe resaltar el hecho de que varios investigadores han examinado la eficacia de la educación para el emprendimiento en el pasado. A pesar de esto, disponemos de conocimientos limitados sobre los beneficios y objetivos deseados de la educación para el emprendimiento. Se ha demostrado que los cursos y programas universitarios en emprendimiento tienen un impacto positivo en el atractivo y en la viabilidad de las empresas y actividades comerciales reales a través del sólido desarrollo de intenciones (Nabi y Holden, 2008; Peterman y Kennedy, 2003; Tkachev y Kolvereid, 1999).

No obstante, los hallazgos de este estudio apuntan a que es fundamental evaluar los métodos de enseñanza superior actuales. En efecto, un curso de emprendimiento puede mejorar la intención emprendedora, la satisfacción hacia el emprendimiento y la efectividad del aprendizaje. Existe evidencia de que los cursos de emprendimiento deberían aumentar la conciencia de los estudiantes sobre la importancia de las habilidades emocionales, sociales y cognitivas para el éxito empresarial al tiempo que inspiran confianza en los estudiantes en sus recursos (Leiva et al., 2020). Por el contrario, algunos estudios han encontrado evidencia contradictoria al respecto, al igual que los hallazgos de este estudio (Ahmed et al., 2019; Souitaris et al., 2007).

Para lograr los objetivos de la educación para el emprendimiento se deben cultivar conductas emprendedoras entre los estudiantes: es fundamental identificar primero el entusiasmo de un estudiante por iniciar alguna actividad emprendedora y luego inspirarlo a considerar el espíritu empresarial como una profesión. Las evaluaciones de impacto

para los cursos de emprendimiento que ponderan la efectividad de factores tales como el tamaño del grupo, la duración del programa, la participación obligatoria frente a la voluntaria, el perfil del profesor y los créditos obtenidos por los estudiantes son responsabilidad de la Universidad. A la fecha, la práctica institucional de la institución objeto de este estudio ha sido ofrecer clases de emprendimiento a estudiantes matriculados en todas las áreas académicas que tengan potencial para seguir una carrera empresarial, así como también a estudiantes de negocios que generalmente se benefician de programas oficiales de emprendimiento (Leiva et al., 2020). En otras palabras, la Universidad apoya el ingreso exitoso al autoempleo.

El hecho de que las hipótesis no se hayan validado nos sugiere que lo que se está haciendo en la PUCMM en cuanto a educación para el emprendimiento, con el objetivo de ayudar a los estudiantes a conceptualizar ideas emprendedoras reales, debe ser mejorado. El estudio nos revela que la educación para el emprendimiento en la PUCMM no tiene un impacto favorable en la intención emprendedora y que los estudiantes que siguen cursos de emprendimiento no manifiestan una intención más alta de iniciar un nuevo negocio.

Por tanto, y comparando los resultados obtenidos en esta investigación con la literatura ya descrita, existen importantes desafíos institucionales. Aunque determinar en qué consisten específicamente estas eventuales oportunidades de mejora respondería a una investigación derivada de la presente, por los datos teóricos y empíricos ya manejados, podríamos inferir que mejoras en las metodologías de aula, en los recursos usados, en las experiencias de enseñanza y aprendizaje, así como una concepción mucho más transversal del concepto de emprendimiento en torno a todo el devenir de la vida académica de los alumnos, entre otros posibles elementos, pueden ser factores a considerar como vectores que incrementen la validación de la intención emprendedora como real concreción futura de un negocio.

A pesar de sus hallazgos ciertos, esta investigación no está exenta de limitaciones. Primero, esta investigación se realizó y no logró una muestra representativa de todas las Facultades, estando

sobre-representada la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Por lo tanto, los resultados pueden diferir si la investigación se realizara con una muestra de mayor representatividad de la población real de la PUCMM, ya que las Facultades eventualmente sub-evaluadas pueden tener una mayor variedad de estudiantes. Por lo tanto, estudios futuros pueden considerar replicar esta investigación con una mayor representatividad de las Facultades y sus respectivas carreras.

En sentido general, se obtuvieron resultados bastante significativos en cuanto al grado de predicción de la intención emprendedora utilizando las variables del modelo ya descrito. Sin embargo, esto no prueba que estas deban ser las variables finales para futuras evaluaciones. Los estudios venideros pueden considerar la historia familiar de un emprendedor, los años de educación completados, las estrategias de enseñanza y aprendizaje de los profesores, las oportunidades o los descubrimientos de innovación, entre otros posibles elementos, tales como los contextuales, que funjan como predictores de la intención emprendedora de los alumnos (Lecuna et al., 2017; Palmer et al., 2021). Estos modelos enriquecidos bien pueden ayudar a generar planteamientos explicativos más complejos para comprender mejor el fenómeno de la estructura educativa necesaria para incrementar la intención emprendedora, y que esta, en el mejor de los casos se convierta en un negocio generador de desarrollo integral, tanto para el emprendedor como para sus relacionados más cercanos y en consecuencia, para el país.

Referencias bibliográficas

- Ahmed, T., Rehman, I. U. y Sergi, B. S. (2019). "A proposed framework on the role of entrepreneurial education and contextual factors", *Entrepreneurship and Development in the 21st Century*, Emerald Publishing, pp. 47-68.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & health*, 26(9), 1113-1127.
- Ajzen, I. (1991). 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp.179-211. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T>
- Aldana-Rivera, E. E., Tafur-Castillo, J., Gil, I. y Mejía, C. (2019). Práctica pedagógica de emprendimiento en docentes de educación superior en Institución Educativa Universitaria de Barranquilla. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 38(2), 9-18. <https://www.redalyc.org/journal/559/55964524002/55964524002.pdf>
- Armitage, C. J. y Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499. <https://bpspsychub.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1348/014466601164939>
- Araya-Pizarro, S. (2021). Influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del alumnado universitario. *Revista Educación*, 45(2), 1-17. https://www.researchgate.net/publication/353106398_Influencia_de_la_educacion_emprendedora_sobre_la_intencion_de_emprender_del_alumnado_universitario
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C. y Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.475.5851&rep=rep1&type=pdf>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C. y Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/etap.12095>
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: an agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1-26. <https://web.p.ebsco-host.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=a1cb3696-530d-4260-80d0-413ff6d-f2470%40redis>

- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453. https://www.researchgate.net/profile/Barbara-Bird/publication/228314734_Implementing_Entrepreneurial_Ideas_The_Case_for_Intention/links/0c96052851cfb3b598000000/Implementing-Entrepreneurial-Ideas-The-Case-for-Intention.pdf
- Cheng, M., Chan, W. y Mahmood, A. (2009). "The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia", *Education þ Training*, 51(7), pp. 555-566.
- Colette, H., Hill, F. y Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? *Education + Training*, 43(7), 158-169.
- DeVellis, R. (1991). *Scale development: Theory and applications*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Douglas, E. J. y Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a career choice: attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90. https://eprints.qut.edu.au/5527/1/5527_1.pdf
- Ekpoh, U. I. y Edet, A. O. (2011). Entrepreneurship education and career intentions of tertiary education students in Akwa Ibom and Cross River States, Nigeria. *International Education Studies*, 4(1), 172-178. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1066388>
- Fayolle, A. y Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of business research*, 67(5), 663-666.
- Fayolle, A. y Gailly, B. (2009). Assessing the impact of entrepreneurship education: a methodology and three experiments from French engineering schools. In *Handbook of university-wide entrepreneurship education*. Edward Elgar Publishing.
- Franke, N. y Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students—A benchmarking study. *International journal of innovation and technology management*, 1(03), 269-288.
- Gardner, W. B., Kelly, G. S., Gatewood, E. y Katz, J. A. (1994). Finding the entrepreneur in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 5-9.
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275.
- Katz, J. y Gardner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of management review*, 13(3), 429-441. https://www.researchgate.net/profile/Jerome-Katz/publication/228316104_Properties_of_Emerging_Organizations/links/5a09c895aca27286449be6fd/Properties-of-Emerging-Organizations.pdf
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Krueger, N. F. y Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Kuratko, D. F. (2009). *Introduction to Entrepreneurship*. South-Western Cengage Learning.
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U. y Kiis, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 658-668. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281305550X>
- Lecuna, A., Cohen, B. y Chavez, R. (2017). "Characteristics of high-growth entrepreneurs in Latin America". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), pp. 141-159. <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/953/Characteristics%20of%20high.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Leiva, J. C., Mora-Esquivel, R., Krauss-delorme, C., Bonomo-odizzio, A. y Solís-Salazar, M. (2020). "Entrepreneurial intention among Latin American university students". *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), pp. 1-20.

- Lingappa, A. K., Shah, A. y Mathew, A. O. (2020). Academic, Family, and Peer Influence on Entrepreneurial Intention of Engineering Students. *SAGE Open*, 1-12 <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244020933877>
- 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
- Nabi, G. y Holden, R. (2008). Graduate entrepreneurship: intentions, education and training. *Education+ training*. https://www.academia.edu/66825097/Graduate_entrepreneurship_in_the_developing_world_intentions_education_and_development
- Oosterbeek, H., Van Praag, M. y Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European economic review*, 54(3), 442-454. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/34854/1/576953490.pdf>
- Packham, G., Jones, P., Miller, C., Pickernell, D. y Brychan, T. (2010). "Attitudes towards entrepreneurship education: a comparative analysis", *Education þ Training*, 52(8/9), pp. 568-586.
- Palmer, C., Fasbender, U., Kraus, S., Birkner, S. y Kailer, N. (2021). "A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention", *Review of Managerial Science, Springer Berlin Heidelberg*, 15(2), pp. 287-307.
- Patricia, P. y Silangen, C. (2016). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention in Indonesia. *DeReMa (Development Research of Management): Journal Manajemen*, 11(1), 67-86.
- Peng, Z., Lu, G. y Kang, H. (2013). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Creative education*, 3(08), 95. <https://www.scirp.org/html/26768.html>
- Peterman, N. E. y Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144.
- Raposo, M. L. B. y Paço, A. M. F. D. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/4054/01720113014210.pdf?sequence=1>
- Sá, C. y Holt, C. (2019). Profiles of entrepreneurship students: implications for policy and practice. *Education+ training*.
- Sánchez, J. C. (2015). The Impact of an Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competencies and Intention. *Journal of Small Business Management*, 447- 465.
- Shapero, A. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Schlaegel, S. y Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 291-332.
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A. y Breitenecker, R. J. (2009). "The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent", *Education þ Training*, 51(1), pp. 272-291.
- Schoof, U. (2006). *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people*. International Labor Organization. <https://www.humanitech.it/wp-uploads/2007/07/imprenditoriagiovanilenelmondo.pdf>
- Smith, A. J., Collins, L. A. y Hannon, P. D. (2006). "Embedding new entrepreneurship programmes in UK higher education institutions: challenges and considerations", *Education þ Training*, 46(8/9), pp. 555-567.

- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S. y Ruiz-Campo, S. (2016). Entrepreneurial education and intention in university students: a case of study. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34.
- Souitaris, V., Zerbinati, S. y Al-Laham, A. (2007). 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. <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/7167/5/>
- Taatilla, V. P. (2010). Learning entrepreneurship in higher education. *Education + Training*, 52(1), 48-61. <https://www.proquest.com/entrepreneurship/docview/2645526256/full-textPDF/A9F2347B419D4653PQ/1?accountid=139608>
- URT (2017). *Tanzania Inclusive National Entrepreneurship Strategy*. Dodoma: National Economic Empowerment Council.
- Tkachev, A. y Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11(3), 269-280.
- van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. y van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behavior. *Career Development International*, 13, 538-559. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.319.7008&rep=rep1&type=pdf>
- Vélez, C., Bustamante, M., Loor, B. y Afcha, S. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación universitaria*, 13(2), 63-72. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-50062020000200063&script=sci_arttext
- Wilson, F., Kickul, J. y Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.
- Zahra, S. A., Kuratko, D. F. y Jennings, D. F. (1999). Guest Editorial: Entrepreneurship and the Acquisition of Dynamic Organizational Capabilities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 5-10.