

Título: ANÁLISIS DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

TITLE: ANALYSIS OF THE ENTREPRENEURIAL INTENT IN UNIVERSITY STUDENTS

Autora: Ahilén Pérez López, correo electrónico: ahilen.perez2001@gmail.com, Universidad de Matanzas, Cuba.

Resumen

En la presente investigación se analiza la intención emprendedora en estudiantes universitarios de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Matanzas a partir de la motivación y la educación emprendedora. Se emplearon técnicas y herramientas para la obtención, recolección y análisis de información, como la revisión bibliográfica, la observación participante, las entrevistas, las encuestas y los software estadísticos SPSS (v.20) y el Microsoft Excel. Se obtuvo como resultado que la necesidad de independizarse, alcanzar estabilidad económica y que las instituciones de educación superior que son fuentes de conocimientos, habilidades y herramientas influyen decisivamente en la intención emprendedora del estudiante universitario.

Palabras claves: educación emprendedora, intención emprendedora; motivación emprendedora

Summary

In the present investigation, the entrepreneurial intention in university students of the Industrial Engineering career of the University of Matanzas is analyzed based on motivation and entrepreneurial education. Techniques and tools were used to obtain, collect, and analyze information, such as bibliographic review, participant observation, interviews, surveys, and statistical software SPSS (v.20) and Microsoft Excel. It was obtained as a result that the need to become independent, achieve economic stability and that higher education institutions that are sources of knowledge, skills and tools decisively influence the entrepreneurial intention of the university student.

Keywords: entrepreneurial education, entrepreneurial intention; entrepreneurial motivation

Introducción

La crisis económica global constituye un reto a superar para el bienestar de la población mundial. El emprendimiento es una de las prioridades a tener en cuenta por los gobiernos y las instituciones si quieren impulsar el crecimiento económico.

Si bien las actividades emprendedoras pueden ser muy adecuadas para algunas personas con habilidades innatas, el reto empresarial se ha fomentado desde la educación superior en los planes de estudio de todos los niveles de enseñanza¹.

Esto dado que las economías de numerosos países tienen poca o insuficiente capacidad de generar puestos de trabajo, mejorar la calidad del empleo existente y compartir beneficios de crecimiento económico².

Un crecimiento económico sostenible se hace necesario, por lo que la creación de nuevas oportunidades, se representa en el surgimiento de nuevas empresas y espíritu empresarial. En ese sentido, las instituciones de educación superior (IES) buscan formar estudiantes con espíritu emprendedor como una opción profesional para contrarrestar el problema del desempleo y expandir el mercado laboral³.

El estudio del emprendimiento ha despertado gran interés, tanto el emprendimiento por sí solo, como el emprendimiento en estudiantes universitarios⁴. En los últimos años, se han llevado a cabo numerosos estudios sobre el emprendimiento y el fenómeno de la intención emprendedora. Esta última se presenta como el factor central para predecir el comportamiento empresarial de estudiantes universitarios en estudios alrededor de este tema³.

El proceso de intención emprendedora se ha desarrollado a partir de diversas teorías que indican que los emprendedores forman la intención de crear un nuevo negocio influenciados por factores socioculturales que, al fortalecerse, se llevan a cabo a través de una acción².

Se utilizan como soporte teórico los fundamentos generados en el denominado proyecto o modelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Este modelo busca describir al emprendedor y su entorno a través de la evaluación de las motivaciones personales de los emprendedores y sus aspiraciones, teniendo en cuenta el clima social que los rodea. Se exponiendo una revisión minuciosa de elementos que conforman el perfil emprendedor como son el *main stream social*, cultural, político y económico, que se configura como el conjunto de condiciones marco nacionales que influyen en el desarrollo de la sociedad⁵.

Los autores analizan condiciones marco que influyen en la actividad emprendedora, como el soporte económico, políticas de apoyo institucional, la formación emprendedora dentro de los diseños curriculares, la investigación, desarrollo e innovación en la transferencia del conocimiento, infraestructuras físicas y de negocio, las condiciones sociales con respecto al emprendimiento y también los atributos individuales que contemplan características demográficas, percepciones y motivaciones para dar inicio a nuevas empresas sean éstas por necesidad u oportunidad.

Es interés de la comunidad universitaria entender el fenómeno de emprender y las causas que conyevan a la creación de una empresa. Desde los factores que promueven la acción de emprender, bien sea por necesidad⁶ u oportunidad⁷, la concepción de la idea de negocio⁸, los factores ambientales que rodean al sujeto, la personalidad⁹, la motivación¹⁰, la intención¹¹, la búsqueda de recursos, la planificación, el tomar la decisión, comenzar las operaciones, formalizar su actividad y establecer las condiciones para que la iniciativa empresarial perdure y en lo posible sea escalable en el tiempo.

En Cuba, con el surgimiento de las nuevas formas de gestión no estatales, las casas de altos estudios han tenido que adaptarse a estos cambios y fomentar la educación emprendedora entre sus estudiantes.

En este sentido, el papel de las universidades como formadoras de capital humano es fundamental, ya que estas, deben asumir los cambios y necesidades que involucran sus relaciones, tanto, con agentes externos que demandan su funcionamiento como: son el gobierno, las empresas y la sociedad; como con los internos: los alumnos, las estrategias pedagógicas, la transferencia de conocimiento, la investigación, así como las personas involucradas en los procesos, tanto de enseñanza como de gestión¹².

La presente investigación tiene el objetivo de analizar la intención emprendedora en estudiantes de Ingeniería Industrial en la Universidad de Matanzas. Para esto se emplearon técnicas y herramientas como la revisión bibliográfica, la observación participante, las entrevistas, las encuestas y los software estadísticos SPSS (v.20) y el Microsoft Excel.

Desarrollo

Epígrafe 1: Desarrollo y aplicación del instrumento

El estudio es de enfoque cuantitativo, puesto que se utilizaron encuestas para la recopilación de datos cuantificables, en vista de que no se puede establecer la seguridad de que todos los estudiantes hayan participado en la encuesta¹³.

Es un muestreo no probabilístico, en el cual se contó con un total de 178 encuestados de la carrera de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Matanzas, los cuales cursan los cuatro años de la carrera en modalidad diurno.

El instrumento, fue la encuesta, adaptada al entorno universitario cubano, realizada por¹⁴, conformada por cuatro secciones con 40 ítems:

- Sección 1: el tema, objetivo, instrucciones generales, nombre y número de identificación de la encuesta, y datos de los investigadores.
- Sección 2: contiene los aspectos demográficos que constan de ocho ítems.
- Sección 3: contiene las motivaciones emprendedoras
 - Subsecciones: Necesidad de independencia con seis ítems
Motivaciones económicas con seis ítems
Necesidad de éxito con cinco ítems
Actitud ante el fracaso con cuatro ítems
- Sección 4: corresponde a la educación e intención la cual cuenta con dos
 - Subsecciones: Formación emprendedora con cuatro ítems
Intención emprendedora con siete ítems

La encuesta aplicada fue de carácter anónimo, permitiendo así, proteger la identidad e información de los estudiantes participantes en el presente estudio. El instrumento es válido con un Coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.85, lo cual significa que la confiabilidad del instrumento es buena. Los ítems con más del 80 % serán los que influyen en la intención emprendedora.

En cuanto al proceso de recopilación de datos, se realizó durante el periodo de cuatro semanas. El procedimiento consistió en que una vez ya formulado el cuestionario, se compartió el enlace por la red social *WhatsApp*. Se inició por los estudiantes conocidos

de la propia carrera, como compañeros y amigos de aula, quienes compartían el enlace con sus compañeros y amigos de dicha carrera.

La recolección de datos fue mediante la plataforma *Google Forms*, lo cual influyó en la rapidez de obtención de la información de los encuestados. Una vez obtenida el total de encuestas respondidas, estos datos pasaron a ser analizados por el software estadístico SPSS (v.20).

En concordancia con el objetivo del estudio, se definen las variables de investigación evidenciadas en la Tabla 1.

Tabla 1: Variables de investigación

Variable Dependiente	Intención Emprendedora	Acción que realiza un individuo para fundar su propio negocio.
Variables Independientes	Educación emprendedora	Aquella educación primaria, secundaria y superior que se imparten en las instituciones educativas y que se relaciona con las empresas y el emprendimiento.
	Motivación emprendedora	Se origina en la motivación personal de cada individuo
	Necesidad de éxito	Necesidad que obliga a un individuo a probar su capacidad para realizar actividades cada vez mejor
	Necesidad de independencia	Algo innato para cualquier empresario, que tiene relación con sentir libertad profesional.
	Motivaciones económicas	Símbolo de bienestar y seguridad para la vida de un individuo.

Fuente: Elaboración propia a partir de Barba & Atienza (2017)

Epígrafe 2: Análisis de los resultados

A continuación se encuentra la información sociodemográfica de los encuestados, así como información necesaria para segmentar dicha muestra con el objetivo de conocer: año académico, su estatus de emprendedor, conocimiento a recibir en su carrera y proyecciones futuras de los encuestados.

- El 32 % tienen edades de 18 a 19 años, el 62 % tienen 20 y 21 años y el 6 % tienen entre 22 y 23 años.
- El 57 % son femeninas, el 41 % son masculinos y el 2 % se declaró bisexual.
- El 24 % cursa el primer año, el 20 % el segundo año, el 30 % tercer año y el 26 % cuarto año (la carrera se cursa en cuatro años).
- En cuanto a las proyecciones futuras, el 18 % desea seguir estudiando, buscar un empleo; el 7 % seguir estudiando, crear una empresa; el 43 % buscar empleo, crear una empresa y el 32 % desea crear una empresa.
- En cuanto al Estatus del emprendedor, el 15 % de los estudiantes son dueños de pequeños negocios, el 75 % no es emprendedor pero desea emprender un nuevo negocio y el 10 % no es emprendedor y no tiene intención de emprender.
- En cuanto al nivel de formación en creación de empresas, el 45 % se considera medio; el 18 % alto; el 31 % bajo y el 6 % nulo.

- Además, en la Tabla 2 se muestra el resultado de los encuestados con el objetivo de conocer si les interesa recibir los conocimientos en creación de empresas y si recibirán en su carrera contenido al respecto.

¿Le es interesante recibir conocimientos en creación de empresas?	Porcentaje	¿Recibirá contenidos para la creación de empresas en su carrera?	Porcentaje
Si	92 %	Si	68 %
No	8 %	No	32 %

En la Tabla 3, se analizan los resultados con respecto a las variables de la investigación y sus respectivos ítems. Estas fueron calificadas utilizando la Escala de *Liker*, de 1 a 3 siendo:

- 1-Indiferente
- 2-De acuerdo
- 3-Muy de acuerdo.

Tabla 3: Resumen de los resultados del instrumento

Preguntas	Respuestas		
	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
Necesidad de independencia			
Sentirse satisfecho con su trabajo	2 %	11 %	87 %
Cubrir mis necesidades personales		8 %	92 %
Tener buenas relaciones laborales	6 %	32 %	62 %
Ser profesionalmente exitoso		8 %	92 %
Obtener prestigio social	11 %	48 %	41 %
Ser independiente	5 %	3 %	92 %
Lograr poder político	79 %	17 %	4 %
Lograr poder social	56 %	33 %	11 %
Obtener un nivel alto de ingresos		9 %	91 %
Ser socialmente aceptado	15 %	22 %	63 %
Tener estabilidad laboral	7 %	13 %	80 %
Alcanzar estabilidad económica		6 %	94 %
Necesidad de éxito			
Ser el mejor en todo lo que yo realice		7 %	93 %
Desarrollarme profesional y personalmente		11 %	89 %
Poder cambiar mi entorno (personal y familiar)	9 %	15 %	76 %
Contribuir al bienestar social	7 %	26 %	67 %
Asumir la responsabilidad de ideas y decisiones	11 %	3 %	87 %
Actitud ante el fracaso			
¿Tomo decisiones de incertidumbre y riesgo?	3 %	7 %	89 %
¿Veo cada reto como una oportunidad de		24 %	76 %

éxito?			
¿Por mal que salgan las cosas, encuentro aspectos positivos?	6 %	27 %	67 %
¿Tengo confianza en superar los problemas?	2 %	29 %	69 %
Formación emprendedora			
¿La formación que recibiré o he recibido en la universidad, me aporta conocimientos, herramientas y habilidades para la creación de una empresa?	3 %	9 %	88%
¿La educación que he recibido en la universidad, me ayuda a entender mejor el papel de los emprendedores de la sociedad?	2 %	7 %	91 %
¿Con la educación que he recibido en la universidad podría iniciar una empresa en el futuro?	2 %	15 %	83 %
¿He recibido formación sobre creación de empresas fuera de la universidad?	57 %	11 %	32 %
Intención emprendedora			
¿Una carrera como emprendedor es atractiva para mí?	4 %	7 %	89 %
¿Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en emprendedor?	7 %	6 %	87 %
¿Ser emprendedor, implica más ventajas que desventajas para mí?	9 %	8 %	83 %
¿Haré todo lo posible para iniciar y dirigir mi propia empresa?	7 %	9%	82 %
¿Mi objetivo profesional es ser empresario?	3 %	12 %	85 %
¿Estoy dispuesto a crear mi propia empresa cuando termine de estudiar?	17 %	20 %	63 %
¿Es muy probable que llegue a crear mi empresa algún día?	5 %	9 %	86 %

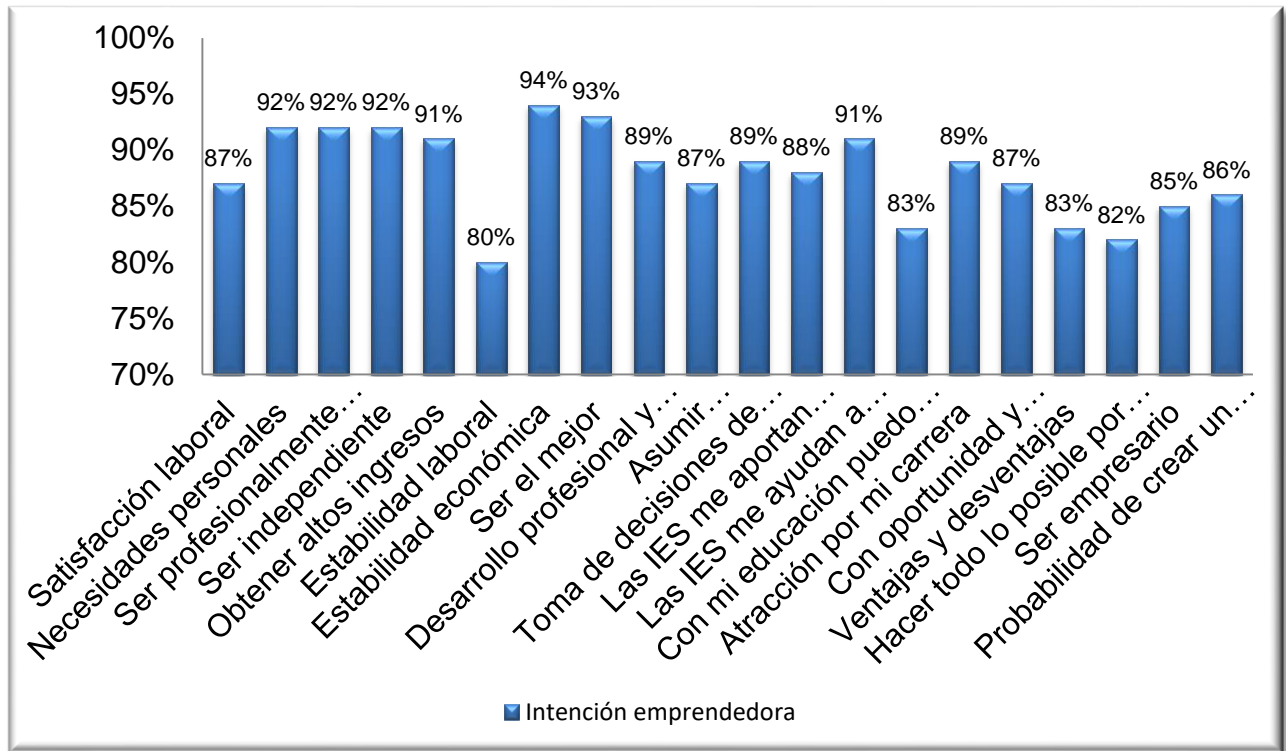
Fuente: Elaborado propia a partir de Cadena et al., (2021)

El análisis realizado a los estudiantes encuestados arroja los items que mas influyen en la intención emprendedora:

- Sienten necesidad de ser independientes como factor principal de la motivación para iniciar un negocio debido a las necesidades personales, situación económica y búsqueda de satisfacción y estabilidad laboral, necesidad de valerse por si mismo, generar ingresos, sentirse exitoso, sueparse profesionalmente y superar a su competencia constantemente, al generar ideas y tomar decisiones riesgosas .
- Además los estudiantes reconocen el apoyo institucional en su formación emprendedora ya que son la fuente de conocimiento que les aporta las habilidades y herramientas para iniciar un negocio y entender el papel que juega

en la actualidad el emprendedor y su aporte como nuevo actor económico generador de empleo y capital que tributa a la economía nacional; los estudiantes ven atractiva la carrera por las características interdisciplinarias que posee, se evidencia la falta de recursos como barrera para iniciar un nuevo negocio y dirigirlo.

Figura 1: Items que más influyen en la intención emprendedora



Fuente: Elaboración propia

Conclusiones.

Se nota la predominancia de la motivación y la educación emprendedora como factores que contribuyen a la intención emprendedora en estudiantes universitarios de la carrera de Ingeniería Industrial. Los estudiantes tienen la intención de crear su empresa en un futuro, tarde o temprano, aunque la falta de recursos sea una de las barreras que les impida la pronta creación de sus negocios.

La motivación emprendedora da a conocer las actitudes, habilidades de negocio, la consistencia en la superación personal y profesional, la toma de decisiones riesgosas, la planificación y el generar buenas ideas e ingresos en los encuestados, estos son elementos importantes para tener emprendimientos exitosos.

El entorno universitario influye decisivamente en el fomento de actitudes y comportamientos positivos en los estudiantes hacia la intención emprendedora ya que son portadores del conocimiento para iniciar un negocio y mantenerse actualizado sobre las nuevas formas de crear e innovar en la actualidad.

Referencias Bibliográficas

1. Arango-Botero, D., Benjumea, M. L., Hincapié, M. H., & Valencia-Arias, A. (2020). Determinants of entrepreneurial intention among engineering students based on structural equation modeling. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 28(4), 2623-2644. <https://doi.org/10.47836/pjssh.28.4.08>
2. Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2019). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business y Entrepreneurship*, 32(1), 33-57. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1551459>
3. Baaba, R., Kofi, E., & Acheampong, A. (2018). An Exploratory Study Of Entrepreneurial Intention Among University Students In Ghana. *International Journal of Scientific y Technology Research*, 7(1), 140-148.
4. Valencia-Arias, A., Arango-Botero, D., & Sánchez-Torres, J. A. (2022). Promoting entrepreneurship based on university students' perceptions of entrepreneurial attitude, university environment, entrepreneurial culture and entrepreneurial training. Higher Education, Skills and Work-Based Learning. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-07-2020-0169>
5. Global Entrepreneurship Monitor Colombia – GEM-Colombia (2019). *GEM Colombia: Estudio de la actividad empresarial en 2017*. Editorial Universidad del Norte. <https://manqlar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8370/9789587890563%20eGEM%20Colombia%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
6. Dencker, J. C., Bacq, S., Gruber, M., y Haas, M. (2019). Reconceptualizing necessity entrepreneurship: A contextualized framework of entrepreneurial processes under the condition of basic needs. *Academy of Management Review*, 46(1). <https://doi.org/10.5465/amr.2017.0471>
7. Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. D. M., y Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112, 541-548. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088>
8. Lin, T-L., Lu, T-Y., Hsieh, M-C., y Liu, H-Y. (2018). From conception to start-up: Who and what affect female entrepreneurship. *Contemporary Management Research*, 14(4), 253-276. <https://doi.org/10.7903/cmr.17957>
9. Liñán, F., y Chen, Y-W. (2006). Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. Working Paper, (0607), 1-37. <https://ideas.repec.org/p/bbe/wpaper/0607.html>
9. Suárez, J., y Pedrosa, I. (2016). The assessment of entrepreneurial personality: The current situation and future directions. *Papeles del Psicólogo*, 37(1), 62-68.
10. Marulanda-Valencia, F. Á., Montoya, I. A., y Vélez, J. M. (2018). El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad y Empresa*, 21(36), 149-174. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
11. Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., y Barrera-Del Toro, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 1-19. <https://doi.org/10.15359/ree.22-2.10>

12. Contreras Cueva, A. & Macías Álvarez, P. (2022). Percepción de los estudiantes de turismo de la Universidad de Guadalajara (México) sobre la intención emprendedora. *El Ágora USB*. 22(1), 242-262.
13. Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.10.4067/S0717-95022017000100037
14. Cadena, J., Calderón, D., Sánchez, A.,. (2021). INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE INGENIERÍAS DE LAS UNIVERSIDADES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. *Revista electrónica TAMBARA*, ISSN 2588-0977. 13(76), pp. 1108-1107.
15. Barba, V., & Atienza, C. (2017). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 53-61.