

**INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES CESAR VALLEJO EN TRUJILLO (PERÚ), SANTO TOMÁS Y EL BOSQUE (COLOMBIA) Y AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA (MÉXICO)**

**ENTREPRENEURIAL INTENTION OF MANAGEMENT STUDENTS AT CESAR VALLEJO UNIVERSITIES IN TRUJILLO (PERU), SANTO TOMÁS Y EL BOSQUE (COLOMBIA) AND AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA (MEXICO)**

Alcibíades Alirio Céspedes Gil<sup>1</sup>  
 Julián Francisco Figueroa Espinel<sup>2</sup>  
 Wilson Andrés Paz Ortega<sup>3</sup>  
 Hernando Rodríguez Zambrano<sup>4</sup>  
 Luz Elena Guzmán Ibarra<sup>5</sup>

**Resumen**

El presente artículo de investigación pretende responder a la pregunta de investigación sobre ¿Cuáles son las diferencias significativas en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas de las Instituciones de Educación Superior IES César Vallejo de Perú, Santo Tomás y El Bosque de Colombia y Autónoma de Chihuahua de México? Para ello, se utilizó una metodología de revisión dialéctica de fuentes documentales y enfoque de carácter mixto de tipo cualitativo y cuantitativo para el manejo de datos obtenidos mediante un instrumento de encuesta validado con enfoque en la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991). El proceso implementado responde a la lógica de trabajo colaborativo entre las Instituciones de Educación Superior mencionadas, en torno a las preguntas que surgen ante la coyuntura latinoamericana de la responsabilidad de las Universidades frente a la formación para el emprendimiento. Desde la perspectiva de los estudiantes, aborda las cuestiones claves sobre el espíritu emprendedor, a través de variables actitudinales, normas subjetivas, y autoeficacia. Como resultado de la investigación se presentan las diferencias significativas de la intención emprendedora entre los estudiantes de las IES referenciadas para las cuales se define un perfil del estudiante de administración con intención emprendedora.

Recepción: Septiembre de 2021 / Evaluación: Octubre de 2021 / Aprobado: Diciembre de 2021

<sup>1</sup> Administrador de Empresas de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca - Colombia, Magíster en Administración MBA de la Universidad Santo Tomás, Bogotá – Colombia, Docente Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomas Bogotá – Colombia. Correo electrónico [aliriocespedes@usantotomas.edu.co](mailto:aliriocespedes@usantotomas.edu.co). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5745-9598>

<sup>2</sup> Ecólogo de la Pontificia Universidad Javeriana – Colombia, Msc en Gestión Ambiental del la Pontificia Universidad Javeriana – Colombia, Docente Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomas Bogotá – Colombia. Correo electrónico [Julianfigueroa@usantotomas.edu.co](mailto:Julianfigueroa@usantotomas.edu.co). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1879-6839>

<sup>3</sup> Psicólogo de la Universidad de Nariño. Pasto- Colombia, Magíster en discapacidad e inclusión social de la Universidad Nacional de Colombia. Bogotá- Colombia, Docente Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomas Bogotá – Colombia. Correo electrónico [andres.paz@usantotomas.edu.co](mailto:andres.paz@usantotomas.edu.co). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6418-2358>

<sup>4</sup> Doctorado en Economía de la Universidad San Pablo CEU de España, Posdoctorado en Bioética de la Universidad El Bosque, Docente Facultad Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad El Bosque – Colombia. Correo electrónico [hrodriguez@unbosque.edu.co](mailto:hrodriguez@unbosque.edu.co). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7279-2911>

<sup>5</sup> Maestría en administración y doctorado en ciencias de la educación Chihuahua – México. Docente Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Correo electrónico [liguzman@uach.mx](mailto:liguzman@uach.mx). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5763-1290>

**Palabras claves:** Intención emprendedora, Teoría del Comportamiento Planificado, Estudiantes universitarios, Administración de Empresas.

### Abstract

This research article aims to answer the research question on What are the significant differences in the entrepreneurial intentions of Business Administration students from Higher Education Institutions César Vallejo from Peru, Santo Tomás and El Bosque from Colombia and Autonomous of Chihuahua de México? For this, a methodology of dialectical review of documentary sources and a mixed approach of a qualitative and quantitative nature was used for the management of data obtained through a validated survey instrument with a focus on the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). The implemented process responds to the logic of collaborative work between the aforementioned Higher Education Institutions, around the questions that arise in the Latin American situation of the responsibility of universities in the face of training for entrepreneurship. From the student's perspective, it addresses the key questions about entrepreneurship, through attitudinal variables, subjective norms, and self-efficacy. As a result of the research, there are significant differences in entrepreneurial intention among the students of the referenced HEIs for which a profile of the Administration student with entrepreneurial intention is defined.

**Keywords:** Entrepreneurial intention, Theory of Planned Behavior, University students, Business Administration.

### Introducción

El área de conocimiento en emprendimiento, presenta en los últimos años una tendencia incremental en números de publicaciones a nivel global, respaldadas por el número de investigaciones y proyectos con impactos socioeconómico, educativo, político y cultural. Para el caso de las universidades, se decanta en la creación de departamentos, aceleradoras de negocios, incubadoras de ideas para el emprendimiento, incluyendo consultoras para potenciales clientes internos y externos. En este aspecto, es necesario revisar los planteamientos, líneas y aplicaciones para unificar un modelo teórico, que permita consolidar una apuesta de medición oportuna, que responda al constante cambio o movilidad del concepto, de forma particular el de “intención emprendedora”, toda vez que, se posiciona como un generador de impulso al interior de las universidades en América Latina para asumir el reto de emprender en contextos de asimetrías socio económicas, políticas y culturales.

Al respecto, los reportes del Global Entrepreneurship Monitor (2017), presentan por primera vez una medición del espíritu emprendedor por sectores de la economía y de país (ver figura 1), entendiendo el indicador como “la disposición de las personas para identificar oportunidades y el compromiso para sacarlas adelante pese a las circunstancias adversas que pueden presentarse en el camino” (p. 26). Así, el **índice de espíritu emprendedor** construido es una medida basada en la conciencia empresarial, la percepción de oportunidad y la autoeficacia empresarial. En esta medición a nivel de Latinoamérica, el Perú ocupa el primer lugar a nivel de la región, Colombia el segundo y México el noveno.

En este sentido, la importancia del emprendimiento, como actividad de las personas debido a su decisiva influencia en el sistema socio-económico de los países, goza actualmente de suficiente evidencia. En el terreno académico, por su parte, Benjumea, Barrera, Echeverri, & Valencia (2018) mencionan que, el emprendimiento es una de las áreas de investigación con mayor crecimiento en las últimas décadas. En este contexto, términos como emprendedor y emprender, se han convertido

en conceptos fundamentales no solo en el campo de la vida social, en general, sino también, en el mundo de los negocios y de la educación en particular.

Sin embargo, a pesar de la creciente investigación efectuada, autores como Valliere (2015) sostienen que, la intención emprendedora sigue siendo un concepto vagamente definido en la literatura, habiéndose utilizado –como señala Thompson (2009)- para describir perspectivas tan variadas como la orientación profesional, las aspiraciones vocacionales, las perspectivas sobre el trabajo por cuenta propia y el deseo de tener una empresa.

Silva, Almeida & Silveira (2019), por su parte, sostienen que la conceptualización de la intención emprendedora es compleja y abarca factores vinculados a las características de los emprendedores, así como a sus necesidades y hábitos, incluidos factores como valores, creencias y competencias personales. En todo caso, Ward, Hernández & Sánchez (2019) traen a colación la definición de Krueger y Carsrud, quienes han considerado que la intención emprendedora es un estado mental que indica el compromiso de realizar los comportamientos que permitan llevar a cabo una iniciativa de negocios. Cortez & Da Silva (2019), por otro lado, adoptan la definición de Thompson en cuanto a que la intención emprendedora, es la creencia de que una persona tiene la intención de abrir un nuevo negocio en el futuro próximo.

Al respecto, a pesar de las investigaciones y múltiples acepciones sobre el término de emprendimiento o “intención emprendedora”, no hay claridad sobre su alcance o dimensión, encontrándose en las IES aspectos relacionados con: falencias en la formación en innovación y emprendimiento; escasez de procesos de investigación en áreas de innovación y emprendimiento en IES, especialmente a nivel Latinoamericano; baja financiación de IES y del Estado para el área de innovación y emprendimiento; baja legislación y normas del Estado para favorecer el desarrollo de la innovación e intención emprendedora; entre otros. En este sentido, los procesos de emprendimiento son incipientes en las IES en Latinoamérica, presentándose diferencias en el desarrollo y aplicación de la intención emprendedora, que han marcado a la vez, diferencias en mediciones del espíritu emprendedor por país, según GEM, 2017-18.

Luego, bajo las concepciones presentadas, surge la pregunta sobre ¿Cuáles son las diferencias significativas en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas de las Universidades César Vallejo de Perú, Autónoma de Chihuahua de México, Santo Tomás y El Bosque de Colombia?, que es la pregunta a resolver en este proyecto de investigación de cooperación internacional con profesores investigadores que asocia a las universidades de Perú, México y Colombia. Al respecto, se plantea como **objetivo general**: Determinar las diferencias significativas en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de las facultades de Administración de Empresas en las Instituciones de Educación Superior Cesar Vallejo en Trujillo (Perú), Autónoma de Chihuahua en Chihuahua (México), Santo Tomás en Bogotá (Colombia), y El Bosque en Bogotá (Colombia). A la vez, se definen como objetivos específicos: 1. Elaborar un estudio bibliométrico relacionado con la intención emprendedora que permita delimitar el alcance de la investigación sobre el tema a nivel global; 2. Analizar los referentes teóricos del emprendimiento universitario; 3. Identificar las características en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas de las Universidades referenciadas, según enfoque teórico seleccionado; 4. Establecer un análisis comparativo entre las Instituciones de Educación Superior IES mencionadas, que permita definir un perfil de intención emprendedora de los estudiantes.

## **Justificación**

Con el desarrollo de la investigación, se pretende dar respuesta a las diferencias significativas en la intención emprendedora de los estudiantes de pregrado de Administración de las IES referenciadas, soportados en los avances de las investigaciones sobre el tema y la generación de publicaciones respectivas, desde los enfoques teóricos pertinentes.

Como efectos de la investigación, se espera: promover la creación de empresas de innovación y emprendimiento; propender por la creación de alianzas estratégicas empresariales, Redes, etc.; apoyar el mejoramiento de padrinos o fuentes de financiación a proyectos de emprendimiento; incentivar empresas de Asesoría y Consultoría; fortalecer la educación en emprendimiento por IES; apoyar la generación de empleo; entre otros.

Un interés especial de la investigación, es el desarrollo en conjunto de un proyecto de investigación dentro de un marco de cooperación internacional, muy valorado en los procesos de calidad de programas académicos de IES a nivel nacional e Internacional, además del aporte a los grupos de investigación y su manejo en las instituciones de Ciencia, innovación y tecnología en cada país, junto con la conformación de Redes académicas y de investigación pertinentes.

La investigación incluye a los estudiantes de las 4 IES, con transferencia de conocimiento directa entre las IES participantes, además, de la socialización de los resultados de la investigación mediante la publicación de este artículo de investigación en revista indexada.

A lo anterior, se suman los contextos actuales de problemas de desarrollo económico mundial, regional y local, además de los efectos económicos, financieros y sociales que traído consigo la situación de salud mundial, con la pandemia de COVID 19, que ha llevado al cierre de múltiples empresas, siendo pertinente tener en cuenta las intenciones emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas, quienes son parte de la generación llamada a responder a las problemáticas sociales de desigualdad, equidad y vida digna, a partir del efecto adverso de la empleabilidad.

## **Metodología**

La propuesta de investigación tiene un enfoque de carácter mixto el cual, según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), “implica combinar los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio” (p. 30). El planteamiento mixto de combinar los dos enfoques, permite fortalecer los resultados y su posterior análisis, otorgando una visión más amplia y holística del planteamiento y su corresponsabilidad entre los dos métodos, permitiendo una mayor comprensión de los resultados.

Con el enfoque cuantitativo, se pretende determinar la intencionalidad de emprendimiento de los estudiantes de las IES referenciadas, mediante un estudio transversal a los estudiantes matriculados en el año 2021 de la carrera de Administración. La técnica de medición a utilizar es la encuesta. Este instrumento de recolección de datos, es una adaptación del cuestionario utilizado en la investigación de Liñán & Chen (2009). Para el caso cualitativo, se realiza un enfoque por unidad de análisis de significados, para identificar “definiciones, ideológicas o estereotipos” (Hernández, et al, 2014), generando así una serie de categorías que muestren la intención de emprendimiento de los estudiantes, señalando a la vez, las diferencias estadísticamente significativas en la intención emprendedora de estudiantes de Administración de las IES estudiadas.

## **Aspectos teóricos de la investigación**

Los primeros hallazgos significativos de cara al estudio, contemplan la variable género como provocadora de discursos académicos en las universidades. En este contexto, Aponte, Urbano &

Veciana (2006), analizaron comparativamente las actitudes emprendedoras en dos muestras de estudiantes universitarios de Catalunya (España) y Puerto Rico, estudiando sus percepciones de deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear empresas propias. Tanto para Catalunya como para Puerto Rico, se aceptaba la hipótesis de que no existía relación de dependencia entre el género de los estudiantes y la percepción de viabilidad para crear una empresa.

Por su parte Fuentes & Sánchez (2010), compararon las actitudes emprendedoras y motivaciones para crear una empresa entre los estudiantes universitarios, centrándose en las diferencias de género. Los resultados señalaban una menor iniciativa emprendedora de las mujeres; las que, además, consideraban en mayor medida el temor al fracaso como un obstáculo para crear una empresa propia. En estos estudios, la variable de género evidenció diferencias significativas frente a la actitud emprendedora en la mayoría de los reportes.

Al avanzar en la línea de tiempo, se encuentra que Arteaga, Mexicano & González (2016), centran su atención en los factores demográficos y el avance académico ante la intención emprendedora, en los estudiantes de nivel educativo superior. A la vez, Santos, Roomi & Liñán (2016), analizaron la relación entre las diferencias de género y el entorno social en formación de las intenciones emprendedoras en dos regiones europeas diferentes. La prueba de análisis de la varianza (ANOVA) mostraba que las diferencias de género sólo eran significativas en 3 de los 4 elementos centrales del modelo de investigación -intención emprendedora, atracción personal hacia el emprendimiento y percepción de control de la conducta emprendedora-.

Al respecto, Alok, Kocherlakota & Beernelly (2017), demostraron que el género afecta significativamente la intención emprendedora y que ésta es más baja entre las mujeres que entre los hombres. Los resultados destacaban que los varones tenían un control de comportamiento percibido significativamente alto en comparación con las mujeres, incluso cuando la actitud de ellas era más alta hacia el emprendimiento. Finalmente, Bjekić & Strugar-Jelača (2019), señalan que, los resultados destacan una correlación estadísticamente significativa entre rasgos de personalidad e intención emprendedora, así como una diferencia estadísticamente significativa entre los estudiantes según el género y programa de estudios.

Ahora bien, autores como Valliere (2015) sostienen que la intención emprendedora es un concepto vagamente definido en la literatura, –como señala Thompson (2009)- para describir perspectivas tan variadas como la orientación profesional, las aspiraciones vocacionales, las perspectivas sobre el trabajo por cuenta propia y el deseo de tener una empresa. La intención emprendedora según Silva, Almeida & Silveira (2018) es la convicción personal de un individuo para adoptar una o más acciones específicas en el proceso de explotar una nueva oportunidad de negocio. Por su parte Silva, Almeida & Silveira (2018) sostienen que la conceptualización de la intención emprendedora es compleja y abarca factores vinculados a las características de los emprendedores, así como a sus necesidades y hábitos, incluidos factores como valores, creencias y competencias personales. En todo caso, Ward, Hernández & Sánchez (2019) traen a colación la definición de Krueger y Carsrud quienes han considerado que la intención emprendedora, es un estado mental que indica el compromiso de realizar los comportamientos que permitan llevar a cabo una iniciativa de negocios. Por otro lado, Cortez & Da Silva (2019), adoptan la definición de Thompson (2009), en cuanto a que la intención emprendedora es la creencia de que una persona tiene la intención de abrir un nuevo negocio en un futuro próximo.

En este contexto, según Laguía, Moriano, Molero & Gámez (2017), emprender no es una actividad puntual o concreta sino un proceso compuesto por diferentes etapas o fases: prelanzamiento, lanzamiento y poslanzamiento; la intención emprendedora correspondería, en este esquema, a la fase de prelanzamiento de una empresa. De manera similar, Miranda, Chamorro & Rubio (2017), consideran que, según las teorías del comportamiento planificado, las intenciones

emprendedoras serían la clave para comprender el proceso de emprendimiento, siendo el primer paso en el largo y complejo proceso emprendedor.

### Análisis bibliométrico de emprendimiento

Para los propósitos de la investigación, se define como punto de partida realizar un análisis bibliométrico que permita dar claridad a los referentes más importantes para la construcción teórica de la intención emprendedora. En este sentido, para Flórez & Aguilera (2019), los indicadores bibliométricos son datos cuantitativos, resultado de las características bibliográficas de los documentos publicados en las diferentes bases de datos, que permite evidenciar rasgos de la actividad académica tanto en su consumo como en su producción. Según Rapesta, Ramos, De Battista & Lepratte (2018), los indicadores bibliométricos son instrumentos que permiten medir la producción científica, además de su impacto en la literatura.

Para ello, el equipo investigador tomó como referente dos bases de datos de Web of Science WOS, las cuales son una colección de bases de datos bibliográficas con información que data desde los años 1900 hasta la actualidad, con referentes documentales sobre ciencias sociales, humanas, artes y humanidades. Por otra parte, se contrastan los resultados bibliométricos de WOS con los de SCOPUS, esta última una base de datos de referencias al igual que WOS, pero de la empresa Elsevier, con resultados de investigación en los campos de las ciencias, las tecnologías y las humanidades.

Respecto a las herramientas utilizadas para el análisis bibliométrico, la investigación hizo uso de las dos herramientas más reconocidas para dicho fin. La primera fue VosViewer, que consiste en una herramienta software que se desarrolló para el diseño y análisis de redes bibliométricas, dentro de las cuales se encuentran revistas, investigación, citas, publicaciones (VosViewer.com). De otro lado, se utilizó el software R, el cual es una herramienta de código abierto, para la investigación cuantitativa en cienciometría y bibliometría. (bibliometrix.com).

Como bien afirman Torres & Vidal (2019) –citando a Fayole & Liñán el análisis de la intención emprendedora, es una línea de investigación ya consolidada en el campo del emprendimiento. De manera similar, se pronuncian Benjumea et al (2018), cuando comentan que el emprendimiento es una de las áreas de investigación con mayor crecimiento en las últimas décadas. En efecto, una búsqueda en la base de datos SCOPUS, utilizando las palabras claves “entrepreneurial intention”, arrojó como resultado un total de 1.442 documentos publicados en el período 1993-2020, como se muestra en figura 1, apreciándose el crecimiento en la última década.

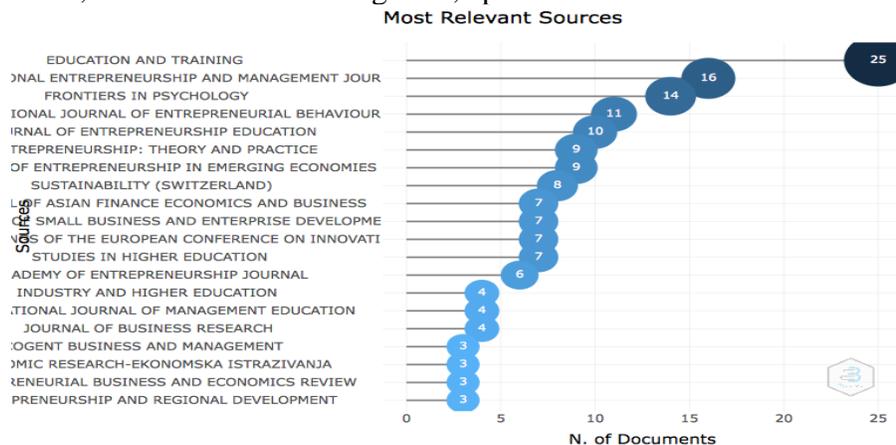


Figura 1. Evolución publicación documentos sobre intención emprendedora, 1993-2020.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la evaluación en SCOPUS (2020).

De cara a los resultados, se encuentra un crecimiento de publicaciones en temas relacionados con la educación y entrenamiento, seguido por las publicaciones de emprendimiento, mostrando así, un interés por la integración del emprendimiento en la educación. Asimismo, la relación entre temas, autores y países es significativa.

Al respecto, Galleguillos, Escobar y Hurtado (2019), afirman que, en las investigaciones de la última década sobre la intención emprendedora en la región, estas se han concentrado mayormente en 3 países: Chile, Colombia y Uruguay; encontrándose a la vez, un conjunto de evidencias en revisión de la literatura especializada, relacionada con estudiantes de formación media y universitaria.

En cuanto a los modelos predictores de la intención emprendedora, la literatura especializada muestra una diversidad de ellos. Así, Benjumea, et al (2018), destaca la teoría del aprendizaje social de Bandura, la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) y el modelo del evento empresarial de Shapero y Sokol (1982). A la vez, Torres y Vidal (2019), por su parte, señalan que existen dos corrientes que analizan la intención emprendedora: una, que enfatiza las características personales; y, otra centrada en el comportamiento. La primera, engloba el análisis de la personalidad del emprendedor, la inteligencia emocional y la autoeficacia emprendedora; la segunda, se centra en el análisis de los antecedentes de la intención emprendedora y estaría representada por el modelo del caso emprendedor de Shapero (1975) y la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991).

Frente a esta diversidad de teorías y modelos, autores como Silva, Almeida & Silveira (2018), y Galleguillos, Escobar & Hurtado (2019), consideran que la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) continúa predominando como teoría básica, que sustenta muchos de los trabajos producidos en el tema de la intención emprendedora. Otros, como Martínez, García & Duarte (2018), puntualizan que, si bien el modelo de la teoría del comportamiento planificado es general y puede usarse para analizar cualquier acción humana, el modelo de Shapero & Sokol (1982) es específico para el análisis del emprendimiento. Miranda, Chamorro & Rubio (2017), por su parte, estiman que la teoría del comportamiento planificado tiene ventajas demostradas en su aplicación al ámbito académico. Por último, autores como Lortie & Castogiovanni (2015) señalan que, al posicionar esta teoría como una de las más utilizadas para explicar y predecir los comportamientos de los individuos, también es la más usada por los académicos del emprendimiento.

La revisión de las perspectivas de publicación, permiten seleccionar un modelo en la indagación sobre intención emprendedora. Es así como, para la base de datos de SCOPUS en inglés, se encuentra un total de 2.610 documentos y 31 en español. Un análisis más profundo, permite una aproximación inicial con la búsqueda: (entrepreneurial and intention) and TITLE-ABS-KEY (university), cuyo resultado reduce la búsqueda a 1.012 documentos.

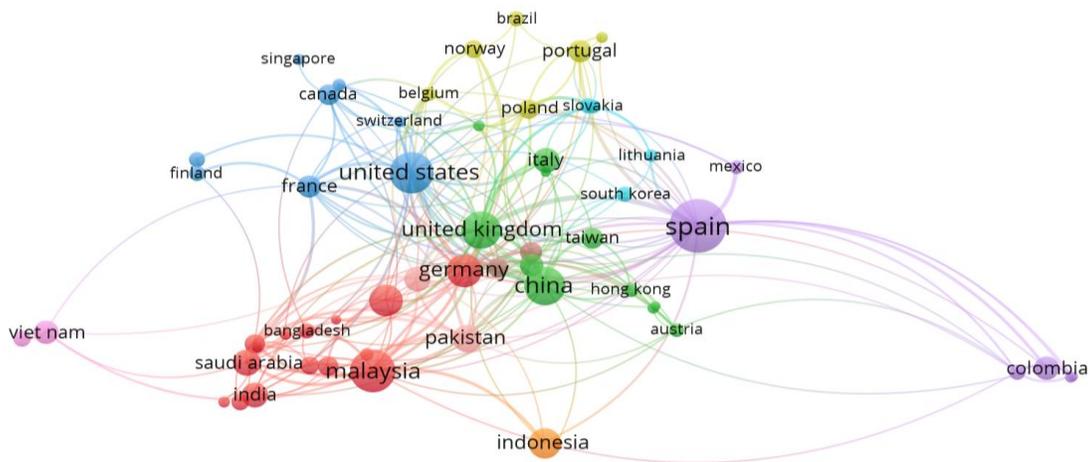
Como se observa en la tabla 1, España es el país que concentra el mayor número de publicaciones, aunque con un alto grado de endogamia. En este sentido, China y Australia, quienes, a pesar de tener una menor producción interna, presentan una mayor colaboración de investigadores entre diferentes países.

**Tabla 1. Índice de producción y colaboración entre autores.**

Country	Articles	Freq	SCP	MCP	MCP Ratio
SPAIN	81	0,09050	74	7	0,08640
CHINA	73	0,08156	53	20	0,27400
MALAYSIA	66	0,07374	55	11	0,16670
INDONESIA	44	0,04916	38	6	0,13640
SOUTH AFRICA	39	0,04358	39	0	0,00000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos generados por SCOPUS, 2021.

Se observa entonces que, la producción académica sobre intenciones emprendedoras en estudiantes, conservan una tendencia a la SCP (Single Country Publication), lo que lleva a identificar que las publicaciones tienden hacia una lógica endógena y en menor grado se propicia la colaboración entre países, ya que la MCP (Multiple Country Publication) en el caso de los tres países que más publican, no resultan relevantes y las publicaciones se inclinan por trabajos independientes sin colaboración e interrelación para la investigación y la publicación de artículos científicos, tal como se evidencia en la figura 2 que ejemplifica el mapa de colaboración entre países. Al respecto, no aparece Perú, por bajo nivel de publicaciones de artículos científicos en cooperación entre países, relacionados con el tema.



**Figura 2. Mapa de colaboración.** Fuente: Elaboración propia a partir base de datos generados por SCOPUS y VOSviewer, 2021.

### Teoría del comportamiento planificado

El modelo de la teoría del comportamiento planificado, desde ahora TCP, es el resultado de la evolución de la teoría de la acción razonada, la cual es el referente teórico para el análisis del comportamiento. La Teoría de la Acción Razonada, propuesta por Ajzen y Fishbein, según

(Stefani, 2005), propone que el comportamiento del ser humano responde al control volitivo del individuo que, bajo su racionalidad, responde de forma estructurada para formar la intencionalidad.

La intención hace referencia, según Stefani (2005) a “la decisión de ejecutar o no una acción particular y, dado que es el determinante más inmediato de cualquier comportamiento humano, es considerada la pieza de información más importante para la predicción de una determinada conducta” (p.23). al respecto, para (Fishbein, Middlestadt, & Hitchcock, 1994), el modelo de Acción Razonada está integrado por dos aspectos, el actitudinal y el comportamental, siendo esta última quien define la intención del individuo, ya que la intención es una acción voluntaria, lo que lleva a que la conducta sea el argumento de predicción a través de la intención. Luego, para Fishbein et al (1994), la intención comportamental se define como la suma de las actitudes del individuo, que son endógenas y responden a su persona y, por otro lado, la norma subjetiva que es la influencia de los factores exógenos al individuo, como lo sería la influencia social de su entorno. Lo anterior, se ilustra en la figura 3.



Figura 3. Teoría de la acción razonada. Elaboración propia con base en Fishbein et al, 1994.

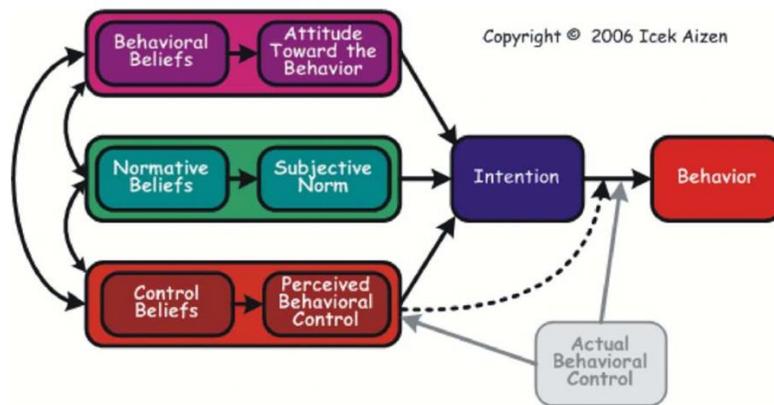
Las actitudes, son un comportamiento que el individuo asume de forma personal frente a la comprensión de los sentimientos de este, con respecto a la ejecución o puesta en marcha de una conducta. La actitud del sujeto, depende a su vez de las consecuencias como percepción del individuo, lo que lo lleva a creer que ciertas conductas tienen ciertas consecuencias y la valuación de estas como su resultado.

De otro lado, está la norma subjetiva que es la percepción del individuo sobre la opinión y percepción de agentes exógenos, presiones sociales impuestas para ejecutar o no un determinado comportamiento, lo que lo lleva a tener valoraciones sociales y la influencia de realizar o no una acción conforme a la opinión y normas sociales.

Respecto a la TCP, Osorio & Londoño Roldan (2015), basándose en Krueger, Reilly & Casrund, lo definen como un modelo que permite explicar el comportamiento de los individuos, pues ha sido muy útil en la evolución de la intención emprendedora, en el marco de la investigación en emprendimiento (p.109). Afirmando que, las intenciones de los individuos son el resultado de sus aspectos personales y las percepciones construidas a partir de experiencias pasadas. El modelo TCP, establece entonces que, para identificar la intención de los individuos, estos responden a tres factores, los cuales son: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas sobre presión

social percibida, y la percepción del control del comportamiento, este último denominado por algunos autores Autoeficacia. Los dos primeros factores provienen de la Teoría de Acción Razonada.

Así, para (Ajzen, 2002), la acción humana está guiada por tres factores: las creencias conductuales, las creencias normativas y las creencias de control; las primeras producen una actitud positiva o negativa hacia la conducta, las normativas dan como resultado de una presión social percibida o una norma subjetiva, y las creencias de control, generan un control conductual percibido, cuanto más positiva sea la actitud y la norma subjetiva; y, cuanto mayor sea el control, más fuerte será la intención de la persona a realizar una conducta. Ver figura 4.



**Figura 4. Representación de la Teoría del Comportamiento Planificado.**

Fuente: Tomada de Azjen, 2002.

Bajo los anteriores conceptos del comportamiento, la **intención de emprender** en una persona se determina: por su actitud para generar esta intención de emprendimiento, de tener una actitud positiva frente al emprendimiento, percibir en su contexto que los demás también lo consideran positivo, y considerar que tiene las capacidades para ser emprendedor.

Es por esto que, para el desarrollo de la presente investigación, soportados en el análisis bibliométrico y en el marco teórico guiado bajo el enfoque del modelo TCP, se utilizará como base el cuestionario de intención emprendedora CIE de los autores (Rueda, Moriano, & Liñán, 2015), elaborado bajo la TCP de (Ajzen, 2002) y validado por (Laguía, Moriano, Molero & Gámez, 2017), quienes en la discusión de validación del instrumento afirman que “Según los resultados obtenidos, el CIE es una escala con una buena fiabilidad y validez en muestras colombianas” y que en las implicaciones determinan que disponer de medidas fiables validadas en distintos contextos culturales, contribuye a una medición más ajustada del constructo que se pretende evaluar. Por otra parte, permite las comparaciones entre distintas entidades y/o para una misma entidad en diferentes momentos temporales (por ejemplo, antes y después de impartir un curso orientado al emprendimiento).

Así, para efectos de la presente investigación, se reconoce la validación del cuestionario de intención emprendedora de Laguía et al (2017), con la estructura del cuestionario integrada por la evaluación de la Actitud, la Norma Subjetiva, la Autoeficacia Emprendedora, derivando en la Intención emprendedora, lo cual arrojó una fiabilidad mediante el índice de alfa de Cronbach de 0,7 en las cuatro categorías, reconociendo que la comprobación de cargas estandarizadas dio como

resultado la eliminación de un ítem de la escala de actitud -A4- y de dos ítems de la escala de Autoeficacia -AE5 y AE6-. Ver tabla 2.

**Tabla 2. Cuestionario de intención emprendedora**

Variable latente	Ítem	$\lambda$	AVE	$\rho_e$
Actitud	A1 – Enfrentarse a nuevos retos	0.75	0.55	0.86
	A2 - Crear empleo para otras personas	0.69		
	A3 - Ser creativo e innovar	0.75		
	A4* - Tener altos ingresos económicos			
	A5 - Asumir riesgos calculados	0.63		
	A6 - Ser propio jefe (independencia)	0.57		
Norma subjetiva	NS1 - Familia directa	0.74	0.73	0.89
	NS2 - Amigos íntimos	0.92		
	NS3 - Compañeros o colegas	0.75		
Autoeficacia emprendedora	AE1 - Definir idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	0.69	0.60	0.86
	AE2 - Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	0.84		
	AE3 - Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	0.68		
	AE4 - Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios	0.55		
	AE5* - Relacionarse con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa			
	AE6* - Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa			
Intención emprendedora	IE1 - Probabilidad de llegar a crear una empresa algún día	0.87	0.79	0.94
	IE2 - Disposición a esforzarse lo que sea necesario para ser empresario	0.89		
	IE3 - Decisión de crear una empresa en el futuro	0.87		
	IE4 - Objetivo profesional de ser empresario	0.72		

Fuente: Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia, tomado de Laguna et al (2017).

En la discusión de los resultados, Laguna et al (2017) indica que, debido a su carga factorial, del instrumento original se eliminan los ítems (A4), (AE5) y (AE6). Así, para dar confiabilidad al cuestionario aplicado en la presente investigación, se utilizan las preguntas del cuestionario resultante, validado por los autores mencionados.

## Resultados

A continuación, se presentan las tablas de resultados, para las cuales se utilizó el software SPSS en su versión 21, obteniéndose los siguientes resultados:

### Población de estudiantes de Administración

Universidad	Población	Muestra	%
Universidad César Vallejo - Perú	11601	1115	10%
Universidad Santo Tomás - Colombia	555	113	20%
Universidad El Bosque - Colombia	774	162	21%
Universidad Autónoma de Chihuahua - México		377	
<b>Total</b>			

## Resultados – Intención emprendedora

### Escala: Cuestionario para medir la intención emprendedora

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,957	12

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Variable Actitudinal [Considero que estoy dispuesto a enfrentar nuevos retos]	44,12	91,413	,823	,952
Variable Actitudinal [Considero que, al emprender puedo crear empleo para otros]	44,04	92,430	,793	,953
Variable Actitudinal [Me considero creativo e innovador]	44,39	91,950	,796	,952
Variable Actitudinal [Considero que puedo asumir riesgos calculados]	44,42	92,252	,812	,952
Variable Actitudinal [Quiero ser mi propio jefe (ser independiente)]	44,06	91,854	,805	,952
Variable de Norma Subjetiva [Considero que mis familiares más cercanos piensan que debo ser emprendedor e iniciar mi propio negocio]	44,56	91,742	,740	,954
Variable de Norma Subjetiva [Considero que mis amigos más cercanos piensan que debo ser emprendedor e iniciar mi propio negocio]	44,65	92,181	,729	,955
Variable de Norma Subjetiva [Considero que mis compañeros de carrera más cercanos piensan que debo ser emprendedor e iniciar mi propio negocio]	44,70	92,413	,718	,955
Variable de Autoeficacia Emprendedora [Considero que puedo definir la idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa]	44,47	91,810	,818	,952
Variable de Autoeficacia Emprendedora [Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa]	44,55	92,561	,803	,952
Variable de Autoeficacia Emprendedora [Puedo negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos]	44,58	92,108	,793	,952
Variable de Autoeficacia Emprendedora [Logro reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios]	44,49	92,130	,813	,952

**Pruebas de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Actitud	,212	1767	,000	,752	1767	,000
Norma subjetiva	,160	1767	,000	,899	1767	,000
Autoeficacia emprendedora	,153	1767	,000	,890	1767	,000
Intención emprendedora	,215	1767	,000	,777	1767	,000
Intención emprendedora general	,137	1767	,000	,849	1767	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

La prueba de Kolmogorov indica que los datos no se ajustan a una distribución normal p-valor < 0.01, por lo que se debe aplicar la prueba de diferencia de medias no paramétrica para k grupos independientes.

**Prueba de Kruskal-Wallis****Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	5,932	40,312	5,412	15,856
gl	3	3	3	3
Sig. asin.	,115	,000	,144	,001

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Institución Universitaria a la cual pertenece

Existe diferencia significativa entre la dimensión norma subjetiva y la variable intención emprendedora general p-valor < 0.01 entre universidades.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	4,019	1,131	5,267	3,214
gl	4	4	4	4
Sig. asin.	,403	,889	,261	,523

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Edad de los estudiantes de Administración

No existe diferencia significativa de la variable intención emprendedora p-valor > 0.05 según grupos de edad.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	2,450	2,050	2,153	2,037
gl	2	2	2	2
Sig. asin.	,294	,359	,341	,361

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Fase de su carrera profesional en la que se encuentra

No existe diferencia significativa de la variable intención emprendedora p-valor > 0.05 según fase de su carrera profesional en la que se encuentra.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	,256	7,385	1,037	,192
gl	1	1	1	1
Sig. asin.	,613	,007	,309	,661

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Género

Existe diferencia significativa entre la dimensión norma subjetiva de la variable intención emprendedora p-valor < 0.01 según género.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	12,814	26,257	20,024	26,393
gl	1	1	1	1
Sig. asin.	,000	,000	,000	,000

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: En su núcleo familiar hay antecedentes de emprendimiento

Existe diferencia significativa de la variable intención emprendedora p-valor < 0.01 según si en su núcleo familiar hay antecedentes de emprendimiento.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	7,936	18,035	11,981	15,948
gl	1	1	1	1
Sig. asin.	,005	,000	,001	,000

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Ha realizado cursos de emprendimiento

Existe diferencia significativa de la variable intención emprendedora p-valor  $< 0.01$  según si ha realizado cursos de emprendimiento.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	,092	,457	,023	,009
gl	1	1	1	1
Sig. asin.	,762	,499	,879	,925

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Ha tenido acercamiento o capacitaciones sobre teorías de emprendimientos a través de? [Universidad]

No existe diferencia significativa de la variable intención emprendedora p-valor  $> 0.05$  según si ha tenido acercamiento o capacitaciones sobre teorías de emprendimiento a través de la universidad.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	4,512	17,342	5,139	10,960
gl	1	1	1	1
Sig. asin.	,034	,000	,023	,001

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Ha tenido acercamiento o capacitaciones sobre teorías de emprendimientos a través de? [Empresas]

No existe diferencia significativa de la variable intención emprendedora p-valor  $< 0.05$  según si ha tenido acercamiento o capacitaciones sobre teorías de emprendimiento a través de la empresa.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	1,244	6,408	1,288	2,910
gl	1	1	1	1
Sig. asin.	,265	,011	,256	,088

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: ¿Ha tenido acercamiento o capacitaciones sobre teorías de emprendimientos a través de? [Otros]

No existe diferencia significativa de la dimensión norma subjetiva de la variable intención emprendedora p-valor  $< 0.05$  según si ha tenido acercamiento o capacitaciones sobre teorías de emprendimiento a través de otros medios que no son universidad ni empresa.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	6,307	4,542	2,842	2,095
gl	5	5	5	5
Sig. asin.	,277	,474	,724	,836

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Nivel educativo del padre

No existe diferencia significativa de la variable intención emprendedora p-valor > 0.05 según el nivel educativo del padre.

**Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>**

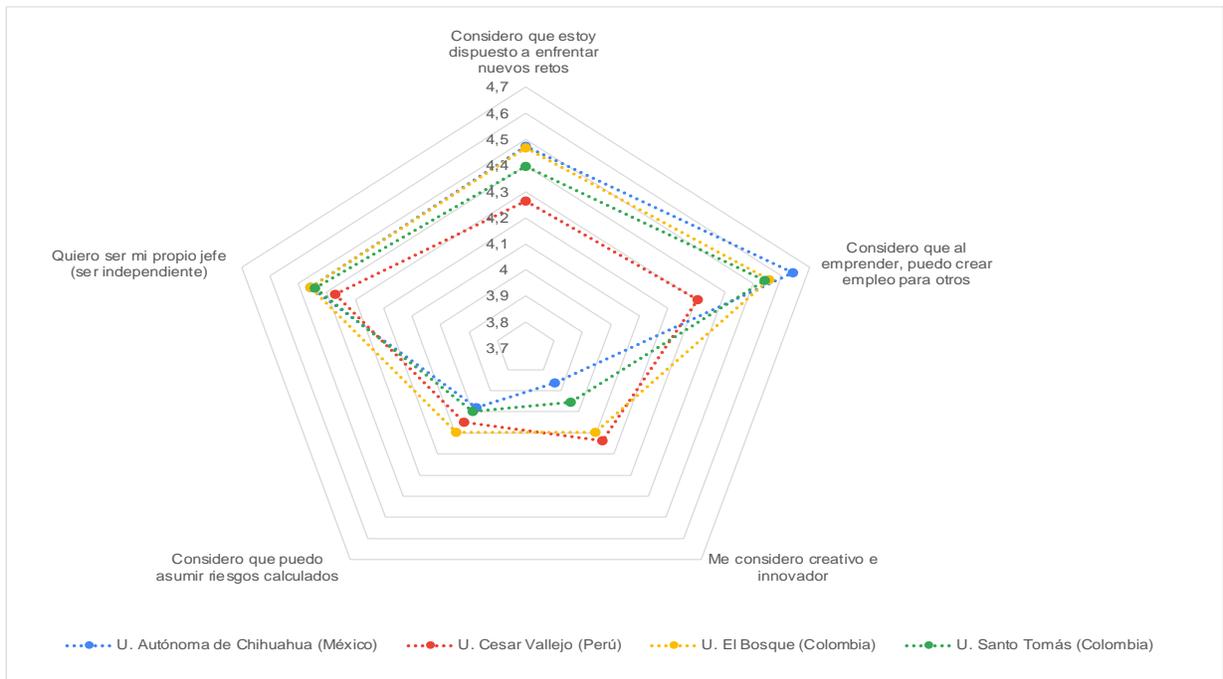
	Actitud	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora general
H de Kruskal-Wallis	11,203	31,430	11,586	16,900
gl	5	5	5	5
Sig. asin.	,048	,000	,041	,005

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Nivel educativo de la madre

Existe diferencia significativa de la variable intención emprendedora p-valor < 0.05 según el nivel educativo de la madre.

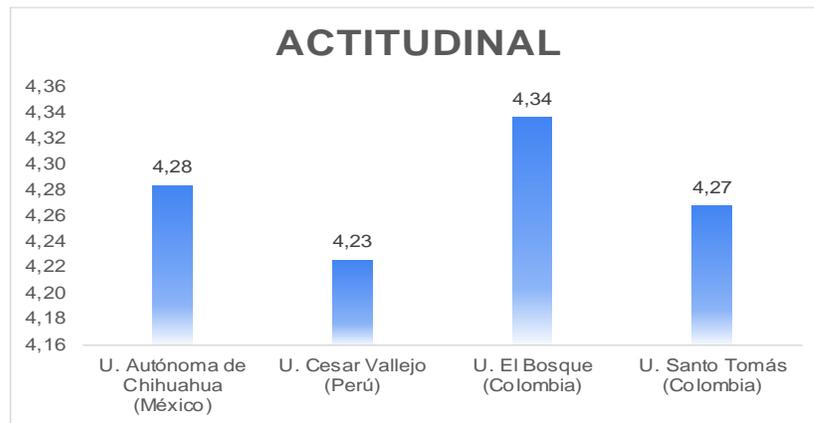
En este contexto, dentro de los hallazgos más destacados resultado de la encuesta, se evidencia que los estudiantes de las universidades Autónoma de Chihuahua, El Bosque y Santo Tomás consideran en gran medida que el emprendimiento puede generar empleo, y en una menor medida la Universidad Cesar Vallejo. En las otras dimensiones, los estudiantes guardan similares proporciones en sus posturas, como enfrentarse a nuevos retos o su independencia económica. De otro lado, en términos de creatividad, como se observa en la figura 5, en cuanto a innovación, son los estudiantes de las IES Autónoma de Chihuahua y Santo Tomás, quienes no lo consideran dentro de sus fortalezas. Por último, se analizan los resultados respecto de la disposición de asumir riesgos por parte de los estudiantes de todas las universidades, en ello, se encuentra que es la actitud que consideran menos desarrollada dentro de la muestra.



**Figura 5. Resultados CIE sobre variable latente de Actitud.**

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Así, en síntesis, son los estudiantes de la Universidad El Bosque (Colombia), los que, según la muestra, evidencian en mayor grado actitudes de emprendimiento, posteriormente y en su orden, la Universidad Autónoma de Chihuahua (México), la Universidad Santo Tomás (Colombia) y la Universidad Cesar Vallejo (Perú). Ver figura 6.

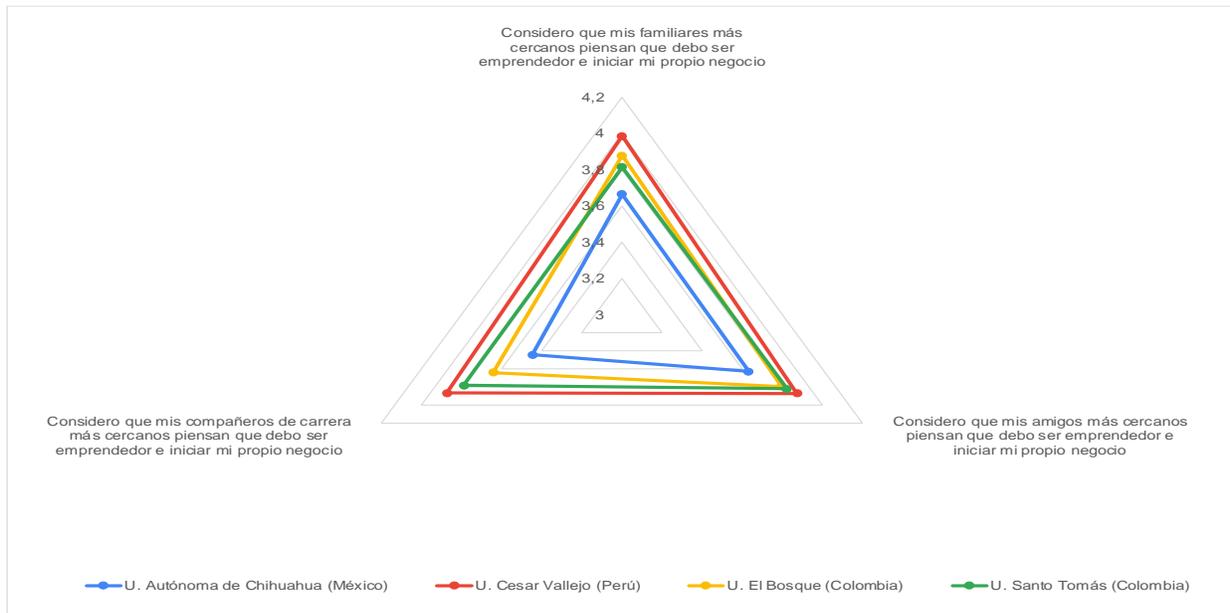


**Figura 6. Comparación de actitudes de emprendimiento entre IES.**

Fuente: Elaboración propia, 2021.

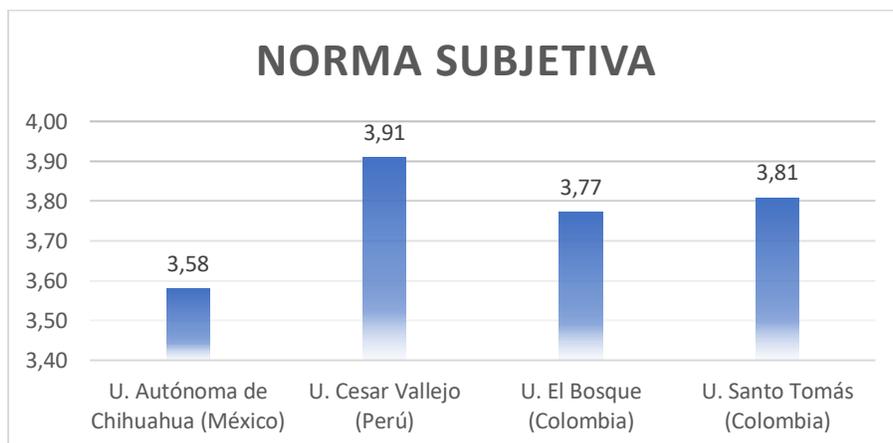
En cuanto a la variable latente de Norma Subjetiva, la muestra permite evidenciar que el total de estudiantes encuestados consideran que, tanto la familia como amigos y compañeros, piensan que ellos -los estudiantes- deberían emprender e iniciar sus propios negocios. En esta variable en particular, son los estudiantes de la Universidad Autónoma de Chihuahua, quienes la valoran en menor medida; siendo las universidades restantes las que guardan una proporción de influencia

muy equilibrada entre amigos, familia y compañeros de carrera, mostrándose a la vez, que los estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo (Perú), les dan mayor importancia a estos aspectos de presión social percibida. Ver figura 7.



**Figura 7. Resultados CIE sobre variable latente de Norma Subjetiva.** Fuente: Elaboración propia, 2021.

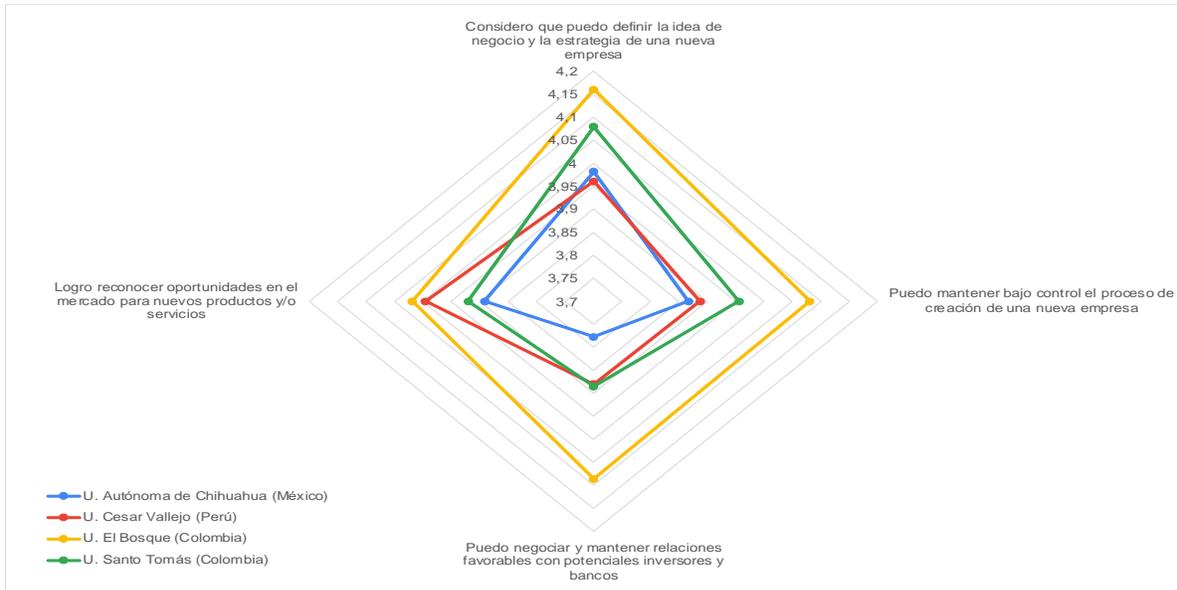
Desde un análisis global, en la variable de norma subjetiva, en la figura 8 se evidencia que, los estudiantes que en mayor medida ven influencia de amigos, familiares y compañeros para emprender e iniciar su propio negocio son los estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo (Perú), y en su orden los de las Universidades Santo Tomás (Colombia), El Bosque (Colombia) y en menor medida los de la Universidad Autónoma de Chihuahua (México).



**Figura 8. Comparación de Norma Subjetiva para emprendimiento entre IES.** Fuente: Elaboración propia, 2021.

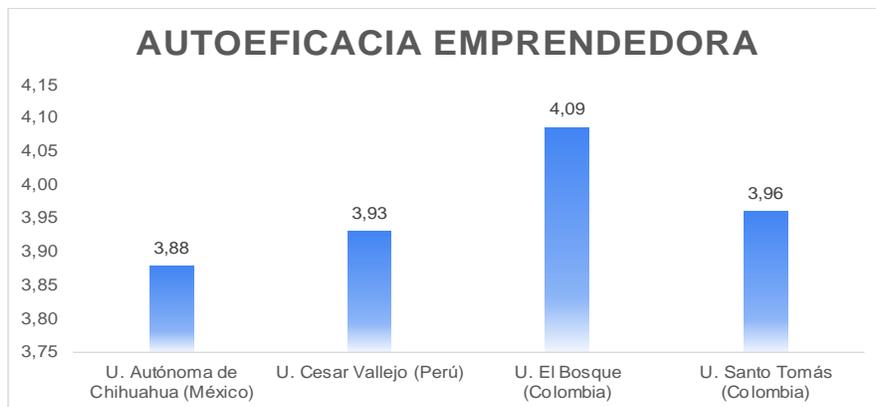
Ahora bien, la variable latente de Autoeficacia Emprendedora, contempla la capacidad de emprendimiento respecto de conceptos como: definición de ideas de negocio, planeación

estratégica, control de procesos, negociación y reconocimiento de oportunidades. En esta variable, la definición de ideas de negocio, mantener bajo control los procesos de creación de empresas y la negociación, son las competencias que más se destacan entre los estudiantes de las universidades, siendo los estudiantes de la Universidad El Bosque (Colombia) y Santo Tomás (Colombia) quienes consideran que tienen mayor capacidad de Autoeficacia. En relación con el reconocimiento de oportunidades en el mercado, se destacan a la vez, las universidades El Bosque (Colombia) y Cesar Vallejo (Perú). Al respecto, a excepción de la Universidad El Bosque (Colombia), las otras tres universidades tienen como deficiencia la negociación y relación con potenciales inversores y bancos. Ver figura 9.



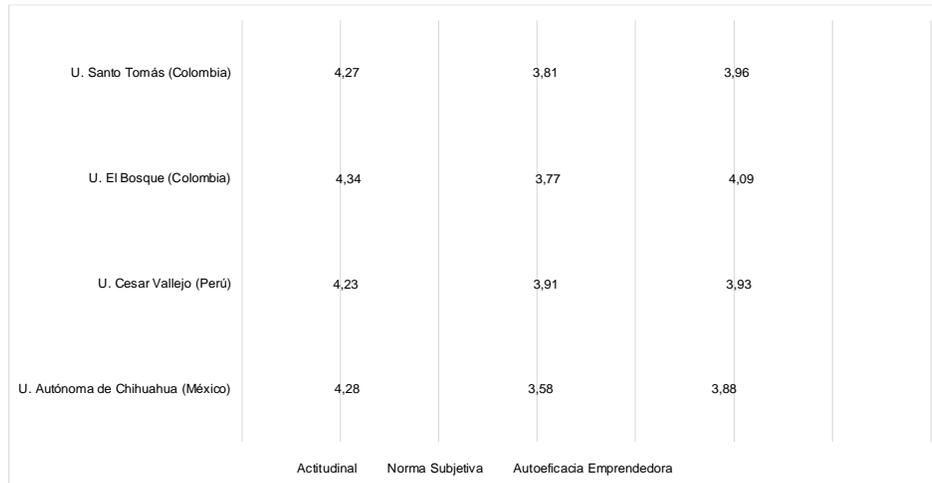
**Figura 9. Resultados CIE sobre variable latente de Autoeficacia emprendedora.** Fuente: Elaboración propia, 2021.

En este aspecto, en general, los estudiantes que demuestran mayor autoeficacia emprendedora están en la Universidad El Bosque (Colombia) y en su orden en las universidades Santo Tomás (Colombia), Cesar Vallejo (Perú) y Autónoma de Chihuahua (México). Ver figura 10.



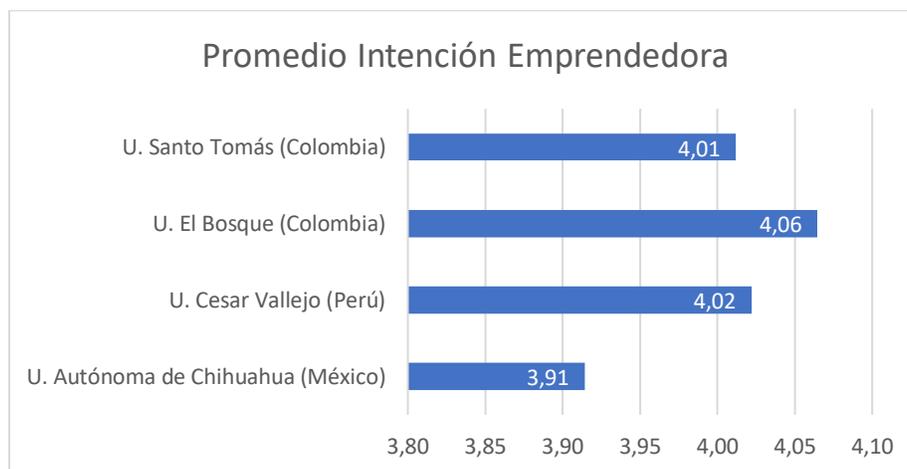
**Figura 10. Comparación de Autoeficacia emprendedora entre IES.** Fuente: Elaboración propia, 2021.

En este contexto, se observa entonces, que los estudiantes de las IES mencionadas poseen intenciones en emprendimiento equivalentes, según el comportamiento de las variables latentes de Actitud, Norma subjetiva y Autoeficacia; no obstante, se destacan en términos actitudinales los estudiantes de la Universidad El Bosque (Colombia) con un promedio de 4.34, en cuanto a normas subjetivas los estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo (Perú) con un promedio de 3.91, y en cuanto a Autoeficacia Emprendedora, son los estudiantes de la Universidad El Bosque (Colombia) con un promedio de 4.09, seguida de cerca por la Universidad Santo Tomás. Ver figura 11.



**Figura 11. Comparación de variables latentes de Actitud, Norma subjetiva y Autoeficacia, entre estudiantes de IES.** Fuente: Elaboración propia, 2021.

Finalmente, con base en la TPC, en la figura 12, se presenta el promedio total equivalente de la aplicación del CIE en los estudiantes de las 4 IES base de la investigación, en el cual los estudiantes de la Universidad El Bosque (Colombia) muestran el mayor índice de intención emprendedora en sus tres dimensiones -actitudinal, Norma Subjetiva y Autoeficacia Emprendedora- con un promedio de 4.06, seguido de los estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo (Perú) con 4.02, Universidad Santo Tomás (Colombia) con 4.01, y Universidad Autónoma de Chihuahua (México) con 3.91.



**Figura 12. Comparación de la intención emprendedora entre estudiantes de Administración de IES.** Fuente: Elaboración propia, 2021.

### Discusión

Ahora bien, con base en los resultados obtenidos en esta investigación, bajo el enfoque de teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), permiten identificar que la Intención Emprendedora en las 4 instituciones de educación superior a nivel internacional, muestran equivalencias y diferencias significativas con relación a las variables latentes de Actitud, Norma Subjetiva y Auto eficacia Emprendedora o de Control conductual percibido. Al respecto, se presentan las diferencias significativas por variable latente que explican la intención emprendedora de estudiantes de Administración en IES:

1. En relación con la variable de Actitud, existen diferencias significativas en los aspectos de: a) capacidad creatividad e innovación, especialmente en la identificación de las oportunidades de negocios; b) capacidad de enfrentamiento a nuevos retos; c) capacidad para asumir riesgos calculados, la cual se percibe como la de menos interés para la intención emprendedora; d) los aspectos de independencia económica y la creación de empleo derivada del emprendimiento, se perciben como consecuencias del proceso de emprendimiento, orientadas hacia el crecimiento económico, social, y de calidad de vida.

2. Con relación a la variable de Norma Subjetiva o de presión social percibida, se muestran las diferencias significativas en los aspectos de: a) existe diferencia significativa entre la variable de Norma subjetiva y la intención emprendedora, entre las IES del estudio, a través de la cual se manifiesta la presión de la familia, los amigos y compañeros, como referente importante para la intención emprendedora. Este aspecto, está muy condicionado a las creencias culturales de cada país; b) así, se manifiesta que existen diferencias significativas en la intención emprendedora, según el núcleo familiar, el nivel de educación de los padres, entre otros; c) se percibe a la vez, que existen diferencias significativas en la intención emprendedora, según el género.

3. En cuanto a la variable de Auto eficacia Emprendedora, existen diferencias significativas en su orden, en los aspectos de: a) la capacidad de identificar las oportunidades de mercado para nuevos productos o servicios, pasando de la tendencia tradicional de oficios similares, a la tendencia con innovación que reconoce oportunidades derivadas de procesos de investigación; b) Con lo anterior, la importancia de definir la idea de negocio y estrategias de creación de empresa; c) en percepción negativa, se manifiestan deficiencias significativas en procesos de negociación y relaciones favorables con inversionistas; d) la capacidad de liderazgo personal para mantener bajo control el desarrollo, ejecución y mantenimiento de una nueva empresa; e) a la vez, se observó que, no existen diferencias significativas en la intención emprendedora relacionadas con los aspectos de: diferencias de edad, en diferencias en fases de la carrera profesional, en capacitaciones sobre emprendimiento de fuentes diversas.

Con base en lo anterior, se deriva un perfil del estudiante con intención emprendedora:

- Contar con capacidad de creatividad e innovación
- Capacidad para indagar y reconocer oportunidades en el mercado
- Capacidad para definir ideas y planes de negocio
- Capacidad de liderazgo para mantener bajo control los procesos de creación de nueva empresa
- Capacidad de trabajo en equipo
- Capacidad de afrontar nuevos retos
- Capacidad para asumir riesgos
- Capacidad de comunicar y socializar

### Conclusiones

El concepto de intención emprendedora, responde a criterios sensibles que pueden ubicarlo en la lógica empresarial corporativa o como elemento de estudio en las universidades y centros de aprendizaje. Aunque su origen lo conecta con las necesidades de tipo económico y psicológico, con el paso del tiempo se mueve hacia otras relaciones como los estudios de género, economía, innovación o educación.

Es necesario romper las barreras de la creación académica endogámica, ya que esto genera desgaste frente al avance del concepto y dificulta la interpretación o adaptación de los estudios en escenarios distintos a los de su origen. El reporte indica que, las concentraciones responden a una lógica eurocéntrica, los débiles lazos con países y centros de estudio donde la intención emprendedora ocupa cada vez más un lugar de significancia.

Como campo de estudio, su crecimiento es ascendente en lugares convencionales de concentración de producción académica, lo cual debería encender las alarmas en países que se encuentran en la periferia, toda vez que es en estos escenarios, donde se requiere el mayor énfasis de interés frente al tema, considerando las asimetrías económicas, de ingreso o de acceso al mundo laboral.

Otro elemento interesante del estudio, evidencia la clara necesidad de generar enlaces significativos de producción académica, en los lugares que no aparecen con una carga valiosa de publicaciones. Tal es el caso de Colombia, México y Perú, donde los índices de colaboración son bajos y los de indexación no llegan a ser representativos.

Así mismo, se requiere establecer contactos estratégicos para la generación de nuevo conocimiento colaborativo, que aborde las singularidades de los contextos aislados o periféricos (tanto corporativos como universitarios) con los autores de las publicaciones académicas destacadas. Esto, en un ejercicio de visibilidad de las diversas formas de apropiación del concepto y sus usos en la transferencia de conocimiento.

Un lineamiento básico para la intención emprendedora es la identificación del estado del arte a seguir como modelo, en esta investigación se tomó como referente la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), la cual ha sido utilizada en la mayoría de Investigaciones generadas sobre el tema de la intención emprendedora. Al respecto, Lortie & Castogiovanni (2015) posicionan esta teoría como una de las más utilizadas para explicar y predecir los comportamientos de los individuos, también es la más usada por los académicos del emprendimiento.

Ahora bien, como aspectos relevantes para la intención emprendedora se destacan: a) la indagación a las posibilidades del mercado para identificar la oportunidad de negocio innovadora, entendida como diferente a negocios similares tradicionales; b) a la vez, las propuestas creativas e innovadoras, se soportan en estudios de investigación, teniéndose como característica la formación en educación superior, a través de la cual se fomenta un mayor desarrollo en las capacidades y habilidades de las personas, las cuales favorecen a la vez, el emprendimiento; c) la capacidad de liderazgo para mantener bajo control el proceso integral de emprendimiento y creación de empresa; d) la capacidad de resiliencia para afrontar riesgos y fracasos y para proyectarse hacia el futuro, sustentado a la vez, por Quiroga, R. F., & Barrera, M. M. (2014); e) finalmente, se busca un emprendedor con una intención emprendedora con el perfil mencionado para el éxito, referenciando a Alcaraz, R. (2011) y Rodríguez (2000), entre otros.

### Referencias bibliográficas

- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: McGraw Hill.
- Alok, S., Kocherlakota, N., & Beernelly, S. (2017). Gender and Entrepreneurial Intentions: A Study Among BITS-Pilani Students. In *The IUP Journal of Entrepreneurship Development*, 14(4): 7-23.
- Aponte, M., Urbano, D. y Veciana, J. M. (2006). Actitudes hacia la creación de empresas: un estudio comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. En *Fórum Empresarial*, 11(2): 52-75.
- Arteaga, A. L., Mexicano, M. A., & González, R. (2016). Intención emprendedora en estudiantes de la licenciatura de Administración en una institución de educación superior. En *XXI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-211
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. *Journal of applied social psychology*, 32(4), 665-683.
- Benjumea, M., Barrera, A., Echeverri, L., & Valencia, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. En *Revista Electrónica Educare*, 22(2): 1-19.
- Bjekić, R. & Strugar-Jelača, M. (2019). Student's Entrepreneurial Intention in respect to their Psychological Traits, Gender and Study Program of the Faculty. *TEME*, XLIII (2), pp. 375-394.
- Campos, V. (2010). El emprendedor social como mecanismo de inserción sociolaboral a través de la creación de empresas de la economía social. En *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*, 11-32.
- Casson, M. (1982). *The Entrepreneur. An Economic Theory*. Reading (UK): Editorial Edward Elgar Pub.
- Cortez, P. A., & da Silva Veiga, H. M. (2019). Intención emprendedora en la universidad. *Ciencias Psicológicas*, 13(1), 134-149.
- De la Garza, M. T., Zavala, M. A., López, J. A., & López, P. L. (2019). Inventario de las causas del fracaso en emprendedores sociales en México (CAFES-M). En *Revista Perspectivas*, (43): 107-134.
- Fishbein, M., Middlestadt, S. E., & Hitchcock, P. J. (1994). Using information to change sexually transmitted disease-related behaviors. In *Preventing aids* (pp. 61-78). Springer, Boston, MA.
- Flores, C., & Aguilera, R. (2019). Indicadores bibliométricos y su importancia en la investigación clínica. ¿Por qué conocerlos? En *Revista de la Sociedad Española del Dolor*, 26(5): 315-316.
- Fuentes, F. J. & Sánchez, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. En *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3): 1-28.
- Galleguillos, C., Escobar, B., & Hurtado, R. (2019). Predictores de la Intención Emprendedora en Alumnos de Pregrado: Un Modelo Basado en Ecuaciones Estructurales. En *Formación Universitaria*, 12(1): 83-94.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM), (2017) <https://gemcolombia.org/gem/>
- Guzmán, A., & Trujillo, M. A. (2008). Emprendimiento social—revisión de literatura. En *Estudios Gerenciales*, 24(109): 105-125.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. En *Universitas Psychologica*, 16(1): 1-14.

- Liñán, F. & Chen, Y-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), pp. 593-617.
- Lortie, J. & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. In *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4): 935-957.
- Martínez, M. R., García, F., & Duarte, M. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. In *RAUSP Management Journal*, 53(1): 122-133.
- Miranda, F. J., Chamorro, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. In *European Research on Management and Business Economics*, 23(2): 113-122.
- Osorio, F. F., & Londoño, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. En *Cuadernos de Administración*, 28(51): 103-131.
- PricewaterhouseCoopers PwC. (2020). *¿Cómo podemos dar solución a los grandes problemas sociales globales? Retos del emprendimiento social en España y su contribución para el cumplimiento de los ODS*. Madrid, España: PwC.
- Quiroga, R. F., & Barrera, M. M. (2014). *Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá*. Bogotá: IMPACT-A, Corporación Ventures.
- Rapesta, N., Ramos, L., De Battista, A., & Lepratte, L. O. (2018). Utilización de R para análisis bibliométrico. Web. En Repositorio Institucional de la Universidad de la Plata, Argentina.
- RECON Colombia. (2018). Primera Encuesta de Emprendimiento Social. [www.reconcolombia.org](http://www.reconcolombia.org)
- Rodríguez, R. A. (2000). *El emprendedor de éxito*. México: McGraw Hill.
- Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. In *Developing, shaping and growing entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Sanchis Palacio, J. R. (2010). *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*. Valencia, España: Editor Instituto Universitario de Economía Social y Cooperativa de la Universidad de Valencia.
- Sanchis Palacio, J., & Melián Navarro, A. (2013). Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral.
- Santos, F., Roomi, M. & Liñán, F. (2016). About Gender Differences and the Social Environment in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 54 (1), pp. 49-66.
- Shapero, A. (1975) "The displaced, uncomfortable entrepreneur". *Psychology Today*, 9(Nov), 83-88
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (Eds.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, (pp. 72-89). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Silva, F., Almeida, E.; Silveira, A. (2019). Intenção Empreendedora: Categorização, Classificação de Construtos e Proposição de Modelo. *BBR. Brazilian Business Review*, 16(1): 46-62.
- Simón, V., Sastre, O., & Revuelto, L. (2015). El emprendedor social: análisis de la alerta social. En *Suma de Negocios*, 6(14): 155-165.
- Stefani, D. (2005). Teoría de la Acción Razonada: Una propuesta de evaluación cuali-cuantitativa de las creencias acerca de la institucionalización geriátrica. *Revista Evaluar*, 5(1).

- Thompson, E. R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3): 669-694.
- Torres, T., & Vidal, M. A. (2019). La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. En *Universidad & Empresa*, 21(37): 108-135.
- Valliere, D. (2015). An Effectuation Measure of Entrepreneurial Intent. In *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 169: 131-142.
- Ward, A., Hernández, B., & Sánchez, J. (2019). Entrepreneurial Intentions in Students from a Trans-National Perspective. In *Administrative Sciences*, 9(37): 1-13.