



Análisis de la incidencia de la educación en emprendimiento, en la intención emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG

Andrés Felipe Pérez Figueroa

Estudiante de Administración de Empresas
Universidad CESMAG

Oveimar Muñoz Erazo

Estudiante de Administración de Empresas
Universidad CESMAG

Stibel Chinchajoa

Estudiante de Administración de Empresas
Universidad CESMAG

Claudia Magali Solarte Solarte

Docente de Administración de Empresas
Universidad CESMAG

Introducción

El presente trabajo describe la intención en emprendimiento de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG. El valor de esta investigación radica en analizar y describir los factores que inciden para que un estudiante sea un emprendedor, así como también, los factores que le motivan a hacer emprendimiento y la implicación que tienen los conocimientos adquiridos mediante la educación obtenida en el transcurso de la carrera. En ese sentido, los resultados de los grupos encuestados describen cómo la educación en emprendimiento influye en las intenciones de ser empresarios, como también el punto de vista que tienen del emprendimiento y la educación en la universidad e, identificar sus capacidades para iniciar un negocio propio.

En segundo lugar, identificar los obstáculos por los cuales los estudiantes dudan y no inician sus propios negocios, teniendo en cuenta diferentes puntos de vista, las opiniones de los docentes y de la dirección del programa de Administración de Empresas, para así encontrar diferentes formas o métodos que ayuden a estimular y alentarlos a comenzar sus propios negocios o emprendimientos.

La metodología está enmarcada en el paradigma positivista, con enfoque cuantitativo, método empírico analítico; tipo de investigación: descriptivo analítico correlacional. Se aplicó una encuesta a 218 estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG. Según los resultados obtenidos, se puede inferir que aquellos de los semestres de quinto a décimo tienen una intención emprendedora moderada, porque han estado menos expuestos a materias de emprendimiento, respecto a los estudiantes de primero a cuarto semestres. La principal conclusión es que la universidad debe plantear estrategias de fortalecimiento de la intención emprendedora desde los primeros semestres, donde se encuentran motivados los estudiantes por el emprendimiento y, fortalecer las debilidades existentes en el grupo de quinto a décimo semestres, donde los estudiantes no están tan seguros de ser emprendedores.

El objetivo principal de esta investigación busca explorar cómo la educación emprendedora afecta las intenciones empresariales que contribuyen al crecimiento del espíritu empresarial de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas en un futuro. Además, pretende averiguar cómo y en qué medida la educación empresarial influye en la actitud, la capacidad, las habilidades, el conocimiento y las intenciones de los estudiantes hacia el espíritu empresarial y/o emprendedor. Se quiere conocer la voluntad e identificar las capacidades de los estudiantes para iniciar un negocio propio; también, identificar los obstáculos por los cuales ellos dudan y no inician sus propios negocios, para así encontrar diferentes formas o métodos que ayuden a estimularlos y alentarlos a comenzar sus propios negocios o emprendimientos.

En general, la investigación requiere de unas fases específicas, la primera de las cuales es el levantamiento de la información documental; la segunda pretende realizar la ejecución de los objetivos específicos mediante la sistematización final de los resultados; cada una de estas fases es analizada a la luz de diferentes actividades, que son definidas con la construcción del marco teórico.

Para analizar la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG fue necesario aplicar una encuesta, con el objetivo de obtener la información requerida. Se hizo necesario caracterizarlos y analizar el nivel de su intención emprendedora; de esta manera, se pudo proponer diferentes estrategias, para que sean

implementadas en el Programa, de acuerdo con los resultados obtenidos en lo referente a la educación en emprendimiento.

Finalmente, el proyecto presenta el tema y la línea de investigación, la descripción y formulación del problema, los objetivos, la importancia de la investigación reflejada en la justificación, los antecedentes, el plan de actividades, la viabilidad de desarrollar el proyecto, los recursos y el cronograma de actividades, donde se da a conocer el tiempo y las acciones para ejecutar el estudio.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la incidencia de la educación en emprendimiento en la intención emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG.

Objetivos específicos

- Determinar el nivel de la intención emprendedora en los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG.
- Examinar la educación en emprendimiento ofrecida por la Universidad, y cómo esta incide en la intención emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas.
- Formular estrategias para aplicar en el Programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG de acuerdo con los resultados encontrados, para incentivar el emprendimiento

Metodología

Paradigma

Ricoy (2006) indica que el "paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico" (p. 14); por tanto, este paradigma sustentará a la investigación que tenga como objetivo, comprobar una hipótesis por medios estadísticos o, determinar los parámetros de una determinada variable mediante la expresión numérica.

Con este estudio se pretende averiguar cómo incide el estudio en la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad CESMAG.

Enfoque

La investigación de tipo cuantitativo utiliza la recopilación de información para poner a prueba o comprobar las hipótesis mediante el uso de estrategias estadísticas basadas en la medición numérica, lo cual permitiría al investigador, proponer patrones de comportamiento y probar los diversos fundamentos teóricos que explicarían dichos patrones (Hernández et al., 2014).

El objetivo general es comprobar la incidencia del estudio en la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad CESMAG por medio de la recopilación de información basada en encuestas.

Método

Empírico-Analítico

Según Cerezal y Fiallo (2005, citados por Rodríguez y Pérez, s.f.),

El conocimiento empírico es aquel tomado de la práctica, analizado y sistematizado por vía experimental mediante la observación reiterada y la experimentación. Constituye la primera etapa del conocimiento, donde el hombre obtiene el reflejo del mundo circundante a través de sensaciones, percepciones y representaciones. (párr. 13)

Los investigadores, mediante la información recolectada en las encuestas a los estudiantes pudieron conocer las experiencias que estos han tenido frente al emprendimiento, información que fue analizada para obtener conclusiones relevantes y proponer alternativas de solución.

Tipo de investigación

Descriptivo, analítico y correlacional. Como expresan Hernández et al., (2014), se "busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población" (p. 76). Es decir, los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren; esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. Así mismo, se analiza la información y se realiza una correlación de variables.

Resultados o principales hallazgos

Tabla 1

Hay algún(a) emprendedor(a) en la familia de los estudiantes de 1 a 4 semestre

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Sí	54	70,1

No	23	29,9
Total	77	100,0

Tabla 2

Hay algún(a) emprendedor(a) en la familia de los estudiantes de 5 a 10 semestre

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Sí	77	54,6
No	64	45,4
Total	141	100,0

En las Tablas 1 y 2, la mayoría de los estudiantes encuestados reconoce que tiene un familiar emprendedor.

De acuerdo con la literatura disponible (Saeed et al., 2014; Campopiano et al., 2016; Haddad; 2017; Echeverri-Sánchez et al., 2018), la presencia de prototipos dentro de la familia o del círculo cercano de los estudiantes, influye fuertemente en su intención emprendedora. En esta perspectiva, la familia actúa como una institución fundamental que fomenta el emprendimiento, tanto a través de la provisión de capital social (Campopiano et al., 2016; Liguori et al., 2018), como en el fomento de las actitudes y el apoyo emocional que refuerzan las habilidades para el emprendimiento (Edelman et al., 2016).

El apoyo en esta etapa del emprendimiento es la familia o, el círculo más cercano de los estudiantes, que influyen fuertemente, dado que les dan una visión acerca del emprendimiento, cuando también son emprendedores. Las investigaciones han demostrado que, cuando desde la familia se fomenta, motiva y enseña, se incide en la intención emprendedora.

Las normas subjetivas hacen referencia a los familiares que se consideran un factor que afecta la actitud hacia el comportamiento, ya que la actitud de un individuo hacia la realización de una tarea específica está influenciada por sus expectativas percibidas sobre las personas destacadas, que aprobarían la intención de convertirse en empresario. (Al-Rafee y Cronan, 2006, p. 67).

Por lo tanto, los estudiantes pueden presentar cambios en su comportamiento y perspectiva sobre el emprendimiento, influenciados por su familia.

Tabla 3

Correlación de la intención emprendedora en los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG de primero a cuarto semestres

	Recompensas económicas (Obtener o incrementar ingresos)	Independencia, autonomía, libertad personal	Recompensas personales, reconocimiento público, crecimiento personal	Seguridad familiar y personal (Asegurar mi futuro y el de mi familia)
Recompensas económicas	1	,763**	,739**	,787**
(Obtener o incrementar ingresos)	Correlación de Pearson	,000	,000	,000
	Sig. (bilateral)	,77	,77	,77
	N	77	77	77
Independencia, autonomía, libertad personal	,763**	1	,729**	,831**
	Correlación de Pearson	,000	,000	,000
	Sig. (bilateral)	,77	,77	,77
	N	77	77	77
Recompensas personales, reconocimiento público, crecimiento personal	,739**	,729**	1	,705**
	Correlación de Pearson	,000	,000	,000
	Sig. (bilateral)	,77	,77	,77
	N	77	77	77

	Correlación de Pearson	,787**	,831**	,705**	1
Seguridad familiar y personal					
(Asegurar mi futuro y el de mi familia)	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	
	N	77	77	77	77

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Según los resultados obtenidos, se puede establecer que existe una asociación lineal; y, según la tabla de Pearson, cuando se presenta una correlación de 0,7 a 0,89, esta es positiva y alta; por lo tanto, se puede inferir que los estudiantes del programa de Administración de Empresas de primero a cuarto semestres, sí tienen una intención emprendedora. Su actitud se halla con ideas de negocios y motivos para emprender, aunque en estos semestres no tienen contacto con asignaturas específicas en emprendimiento, pero su espíritu emprendedor les permite crear ideas que pueden desarrollar o ser innovadoras.

Tabla 4
Correlación de la intención emprendedora en los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG de quinto a décimo semestres

	Recompensas económicas (Obtener o incrementar ingresos)	Independencia, autonomía, libertad personal	Recompensas personales, reconocimiento público, crecimiento personal	Seguridad familiar y personal (Asegurar mi futuro y el de mi familia)
Recompensas económicas	Correlación de Pearson	,621**	,502**	,529**
(Obtener o incrementar ingresos)	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	14	14	14
Independencia, autonomía, libertad personal	Correlación de Pearson	,621**	,469**	,460**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	14	14	14
Recompensas personales, reconocimiento público, crecimiento personal	Correlación de Pearson	,502**	,469**	,571**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	14	14	14
Seguridad familiar y personal	Correlación de Pearson	,529**	,460**	,571**
(Asegurar mi futuro y el de mi familia)	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	N	14	14	14

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

De acuerdo con la Tabla de Pearson, cuando se presenta una correlación de 0,4 a 0,69, esta es positiva moderada; por lo tanto, se puede inferir que los estudiantes del programa de Administración de Empresas de quinto a décimo semestres, tienen una intención emprendedora moderada y menor, respecto a los estudiantes de primero a cuarto.

Si bien los estudiantes en el grupo de quinto a décimo semestres están expuestos a las asignaturas de emprendimiento, su nivel de intención emprendedora disminuye, por lo cual toman decisiones con base en su educación y conocimiento adquirido. Igualmente, se considera los factores que cambian su actitud y el comportamiento, que pueden producir cambios en la intención de emprendimiento durante su carrera.

Conclusiones

Los estudiantes del programa de Administración de Empresas tenían, en los primeros semestres, la intención de emprender; pero, cuando ya recibieron educación con asignaturas específicas de emprendimiento, con la fundamentación teórica entendieron lo que implica realizar un emprendimiento en la realidad y, eso es bueno, porque fortalece su criterio para tomar diferentes decisiones y adquirir habilidades y competencias emprendedoras.

La mayoría de los estudiantes encuestados reconoce que tiene un familiar emprendedor; este es un factor importante, porque la experiencia adquirida por su familiar puede ser un factor motivador y, también, de información real de lo que significa emprender.

La intención emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG es moderada; en consecuencia, es necesario implementar estrategias de fortalecimiento de su espíritu empresarial, en un trabajo mancomunado con toda la comunidad académica y empresarial, no solo a nivel regional, sino nacional e internacional.

Referencias

- Al-Rafee, S., & Cronan, T. P. (2006). Digital piracy: Factors that influence attitude toward behavior. *Journal of Business Ethics*, 63(3), 237-259. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-1902-9>
- Campopiano, G., Minola, T., & Sainaghi, R. (2016). Students climbing the entrepreneurial ladder: Family social capital and environment-related motives in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6), 1115-1136. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0236>

- 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), 160-178. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.22-2.10>
- Edelman, L., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428-448. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- Fiallo, J., Cerezal, J. y Huaranga, Ó. (2004). *Los métodos científicos en las investigaciones pedagógicas*. San Marcos de Aníbal Jesús Paredes Galván.
- Haddad, G. (2017). Understanding women entrepreneurial motivations: Does age matter? In E. Sleilati (Ed.). *Lebanon: Social, Political and Economic Issues* (pp. 65-84). Nova Science Publisher
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Liguori, E., Bendickson, J., & McDowell, W. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 67-78. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0462-7>
- Ricoy, M-C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Revista do Centro de Educação*, 31(1), 11-22.
- Rodríguez, A. y Pérez, A. O. (s.f.). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (82), 175-195. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Saeed, S., Muffatto, M., & Yousafzai, S. (2014). A multi-level study of entrepreneurship education among Pakistani university students. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(3), 297-321. <https://doi.org/10.1515/erj-2013-0041>