

Tipo de artículo: investigación

Sección: Administración y Gestión

**Educación en emprendimiento y entorno familiar frente a la intención de crear
empresa: un Caso de Estudio Universitario**
**Entrepreneurship education and family environment versus the intention to create a
business: A University Case Study**
**Educação em empreendedorismo e ambiente familiar frente à intenção de criar
empresa: um caso de estudo universitário**

Doi: 10.53995/23463279.1692

Recibido:09/07/2024 Aprobado: 08/11/2024

Por: Juan Fernando Bustamante Murillo¹; María Isabel Chávez Rodríguez²; Andrés Felipe Pérez Ome³; Jairo Adolfo Torres Velásquez⁴ & Claudia María García Mazo⁵

Resumen

Este artículo es un estudio de caso de una institución universitaria que examina las percepciones estudiantiles sobre la creación de empresas y cómo el entorno académico, familiar y el riesgo influyen en su intención emprendedora. En esta investigación se elaboró un instrumento para estudiar las intenciones emprendedoras de 627 estudiantes. Los

¹Ingeniero de Productividad y Calidad, Graduado. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Colombia. Contacto: juan_bustamante92141@elpoli.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-2381-9487>

²Ingeniería de Productividad y Calidad. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Colombia. Contacto: maria_chavez92201@elpoli.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-6238-4596>

³Ingeniería de Productividad y Calidad. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Colombia. Contacto: andres_perez92201@elpoli.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0009-0003-7918-2707>

⁴ Magíster, Profesor Investigador. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Colombia. Contacto: jatorres@elpoli.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6455-1811>

⁵ PhD, Profesor Investigador. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Colombia. Contacto: cgarcia@elpoli.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1011-9596>

resultados muestran a un estudiante con intenciones de emprender, influenciados por su entorno familiar y las oportunidades disponibles. Dentro de las conclusiones está la necesidad de crear escenarios de formación en emprendimiento y proporcionar acompañamiento institucional para potenciar la intención de crear empresa y generar mecanismos de participación conjunta.

Palabras clave: Intención Emprendedora; Educación en Emprendimiento; Empresa Familiar.

Abstract

This paper is a case study of a University Institution that examines student perceptions about enterprise creation and how the academic environment, family, and risk influence entrepreneurial intention. In this research, an instrument was developed to study entrepreneurial intention in 627 students. Results show that students with entrepreneurial intention are affected by their family environment and available opportunities. In conclusion, it is necessary to create a formation stage in entrepreneurship and provide an accompanying institutional mechanism to develop entrepreneurial intention and generate joint participation.

Keywords: Entrepreneurial Intention; Entrepreneurship Education; Family business.

Resumo

Este artigo é um estudo de caso de uma instituição universitária que examina as percepções estudantis sobre a criação de empresas e como o ambiente acadêmico, familiar e o risco influenciam sua intenção empreendedora. Nesta pesquisa, foi elaborado um instrumento para estudar as intenções empreendedoras de 627 estudantes. Os resultados mostram um aluno com intenções de empreender, influenciado por seu ambiente familiar e oportunidades disponíveis. Dentro das conclusões está a necessidade de criar cenários de formação em empreendedorismo e proporcionar acompanhamento institucional para potenciar a intenção de criar empresa e gerar mecanismos de participação conjunta.

Palavras chave: Intenção Empreendedora; Educação em Empreendedorismo; Negócio Familiar.

Códigos JEL: L2, I21, L26, L22

1. Introducción

El emprendimiento ha adquirido una importancia significativa en el mundo moderno, siendo reconocido como un motor clave para el crecimiento económico, la innovación y la generación de empleo. Sin embargo, su trascendencia se extiende más allá de los indicadores macroeconómicos. Por ejemplo, para ilustrar su impacto en la sociedad moderna, el emprendimiento ha permitido que sectores marginados encuentren una voz y una plataforma para transformar sus comunidades, proporcionando soluciones a problemas locales y globales (Velásquez y García, 2019). Por otro lado, para los jóvenes, en especial los universitarios, el emprendimiento no es sólo una alternativa a las oportunidades laborales tradicionales, sino también un medio para expresar la creatividad, la pasión, la necesidad de logro y el deseo de cambio social.

Dentro de este contexto, es de vital importancia identificar los factores que llevan a los jóvenes universitarios a inclinarse por la vía emprendedora. Una perspectiva en particular ha sido resaltada por investigadores en el campo: la intención emprendedora. Como apuntan Murray y Crammond (2020), la intención es un predictor esencial al momento de explicar el comportamiento emprendedor, y se convierte en una herramienta valiosa para anticipar quién es más propenso a iniciar una empresa en el futuro. Por tal motivo, se debe ahondar en lo que realmente motiva a estos estudiantes emprender, pues esto ayudaría a diseñar estrategias efectivas que fomenten el espíritu emprendedor en las instituciones de educación superior.

Con la intención de proporcionar una visión más clara sobre este tema, Phuong et al. (2021) sostienen que comprender las percepciones y motivaciones de los estudiantes hacia el

emprendimiento es fundamental para cultivar una cultura emprendedora robusta en el ámbito educativo. Esta afirmación conlleva una invitación para los educadores, administradores y políticos a revisar y adaptar los currículos, así como las estrategias pedagógicas, con el propósito de incorporar el emprendimiento de manera efectiva en la formación universitaria. Así mismo, una educación integral en materia de iniciativa empresarial, que incluye métodos de enseñanza interactivos y entornos de aprendizaje propicios, mejora significativamente las intenciones emprendedoras de los estudiantes al aumentar su percepción de la viabilidad y conveniencia de la iniciativa empresarial (Abbes, 2024). Del mismo modo, la oferta de cursos específicos y la participación en actividades orientadas a la iniciativa empresarial, como los concursos, potencian la autoeficacia y las actitudes emprendedoras de los estudiantes, factores clave para promover sus intenciones de emprender (Li et al., 2022). Por otra parte, un entorno universitario de apoyo que incluya formación empresarial y exposición a actividades empresariales puede influir positivamente en las intenciones empresariales de los estudiantes (Lechuga Sancho et al., 2021; Pinheiro et al., 2023).

En cuanto a los antecedentes familiares, en particular el hecho de tener familiares con experiencia empresarial, influyen significativamente en las intenciones emprendedoras de los estudiantes al moldear sus actitudes y las normas sociales percibidas hacia el emprendimiento (Li et al., 2022). El apoyo familiar, incluido el asesoramiento personal y empresarial, así como apoyo financiero, material y emocional, se correlaciona positivamente con la percepción de los estudiantes sobre la conveniencia y viabilidad de iniciar un negocio (Foster et al., 2021). Además, la experiencia empresarial familiar puede ejercer un efecto en la relación entre el apoyo familiar y las intenciones empresariales, lo que sugiere que los estudiantes se benefician tanto de las influencias directas como indirectas de su entorno familiar (Smirat & Shariff, 2021).

En ese orden de ideas, el presente trabajo busca identificar las percepciones y actitudes que tienen los estudiantes universitarios relacionados con educación en emprendimiento, la experiencia laboral y entorno familiar que los rodea y como estos los influencia en su intención de crear empresa, en un contexto donde el miedo al fracaso y el riesgo están presentes en su decisión.

Es por eso que el presente artículo se desarrolla en 5 secciones, la primera muestra los antecedentes y marco teórico que explican que la intención emprendedora se puede ver afectada por aspectos como la educación en emprendimiento, el riesgo y el relacionamiento

institucional y familiar. La segunda sección presenta una breve descripción de la metodología empleada para el establecimiento y aplicación del instrumento utilizando en la investigación, así como los métodos estadísticos para la obtención de los resultados. En la cuarta sección se lleva a cabo el análisis de resultados y discusión, donde se muestra la relación entre las variables relacionadas con el entorno emprendedor del estudiante con la intención de crear empresa; y por último se presentan las conclusiones, en las cuales se destaca la educación en emprendimiento el relacionamiento con el entorno educativo institucional como pilares fundamentales en la intención de crear empresa por parte de los estudiantes.

2. Fundamento teórico

El emprendimiento ha sido un tema de estudio para investigadores de diversas disciplinas, como la economía, la psicología y la sociología, entre otras. En la literatura académica, se ha definido el emprendimiento de diversas maneras. Borja, et al. (2020) menciona que el emprendimiento es la acción de crear una empresa, con la finalidad de obtener rentabilidad. Por tal razón, emprender es una práctica vital en cualquier economía, debido a que los emprendedores, a través de sus habilidades y visión, pueden identificar y satisfacer las necesidades del mercado con innovadoras propuestas. Estos empresarios, gracias a sus capacidades, desempeñan un papel crucial en la competitividad y riqueza de un país. Así, la prosperidad económica de una nación se ve estrechamente ligada a la habilidad y capacidad de sus emprendedores.

Históricamente, el término emprendimiento proviene del latín "in prendere", que significa "tomar". Inicialmente, se utilizó para referirse a aventureros o militares. Sin embargo, en el siglo XVIII, Richard Cantillon le otorgó un matiz comercial al término, definiéndolo como aquellos que gestionan factores productivos, asumen riesgos y ofrecen nuevos bienes y servicios. Esta conceptualización ha evolucionado a lo largo del tiempo, abarcando desde el descubrimiento y explotación de oportunidades hasta el lanzamiento de productos y servicios innovadores (Borja, et al., 2020).

Desde el siglo XX, diversos autores, entre ellos Mykolenko, et al., (2021), han profundizado en el estudio del emprendimiento, afirmando su relevancia en el ámbito económico, social y político. El emprendedor no solo identifica una necesidad y trabaja en ofrecer soluciones para satisfacerla, sino que también decide los riesgos que está dispuesto a asumir en el proceso. Además, desde el ámbito educativo, el emprendimiento ha tomado importancia a través de los años. Las instituciones educativas, en particular las universidades, tienen la responsabilidad de fomentar habilidades emprendedoras en los jóvenes, dotándolos de herramientas para identificar oportunidades y establecer negocios.

En relación con los jóvenes universitarios, el ecosistema del emprendimiento ofrece una serie de oportunidades potenciales para crear empresa. En primer lugar, el emprendimiento puede brindar una alternativa a las oportunidades laborales tradicionales, debido a que, el mercado laboral actual es cada vez más competitivo y exigente, lo que dificulta que los jóvenes encuentren un trabajo acorde a sus habilidades y aspiraciones. En segundo lugar, el emprendimiento puede ser una forma de expresar la creatividad y la pasión de los jóvenes, los cuales tienen una visión fresca e innovadora del mundo, y el emprendimiento les permite dar rienda suelta a su creatividad y hacer la diferencia. En tercer lugar, el emprendimiento puede ser una forma de alcanzar el éxito profesional y personal. Los emprendedores pueden ganar una buena cantidad de dinero y lograr reconocimiento social.

A la hora de emprender se puede hablar de varios elementos clave: la intención, la educación emprendedora y el entorno familiar. Respecto a la intención, esta se presenta como la predisposición o inclinación hacia un comportamiento específico, es decir, el reflejo de la voluntad de una persona de crear y desarrollar una empresa. Según Ajzen (1991) en su Teoría de la Acción Planeada, la intención es el predictor más cercano al comportamiento. Dentro de esta teoría, la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva y la percepción del control conductual determinan la intención de actuar de un individuo. Por otro lado, la educación emprendedora permite desarrollar competencias y fomentar la intención de emprender en los estudiantes universitarios. Sin embargo, no siempre estos procesos se llevan

a cabo de una forma efectiva. Diversos autores han estudiado la relación entre estos dos conceptos, aportando teorías, hipótesis y resultados de investigación.

En relación con la educación emprendedora, Lawan (2015) señala que la educación empresarial para las universidades debería reestructurarse basándose en áreas empresariales específicas y con apoyo logístico incorporado. Así mismo, Valencia-Arias et al. (2021), en su estudio acerca de la formación y cultura emprendedora, menciona que los estudiantes universitarios cuanto más perciba una cultura emprendedora y reciba formación en el tema, más actitud emprendedora tendrán. Dado lo anterior, los estudiantes universitarios tienden a aumentar su intención de emprender cuando estudian emprendimiento y tienen confianza en sus capacidades (Hien y Cho, 2018). Pulka (2015) afirma, en su estudio, que los estudiantes coincidieron en que existe una relación positiva entre recibir educación empresarial y su intención de convertirse en emprendedores, dado que la educación empresarial es clave para aumentar la conciencia empresarial de ellos (Mykolenko et al., 2021). De igual manera, Yaqub (2015), plantea que existe una fuerte correlación positiva entre la actitud hacia el emprendimiento y la educación empresarial. Otros puntos importantes son el apoyo educativo en emprendimiento (Colman et al., 2019 y Lawan, 2015) y la establecer centros de desarrollo empresarial (Rahim, 2021), puesto que estas influyen positivamente en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. De acuerdo con los anteriores planteamientos, (Papadaki, 2017) menciona que fortalecer la educación en emprendimiento en las universidades, es un elemento importante, pues su estudio mostró que la mayoría de los estudiantes nunca tuvieron su propio negocio porque no tienen los suficientes conocimientos en emprendimiento. Zanabazar y Jigjiddorj, (2020), por el contrario, han mostrado que las actitudes personales influyeron en la intención emprendedora y la educación en emprendimiento ha demostrado un ligero impacto en la intención de emprender.

La influencia de la familia en la formación de las intenciones empresariales y en el éxito de los negocios es significativa. Gimenez-Jimenez et al. (2021) menciona que el afecto actúa como un mediador crucial en la relación entre la empresa familiar y las intenciones de seguir como líder de la compañía, siendo este efecto particularmente pronunciado más en los hijos

que en las hijas. Además, el entorno familiar, el círculo de amigos y el aprendizaje relacionado con el ámbito empresarial desempeñan roles determinantes en la formación de los intereses de los emprendedores (Supandi et al., 2022). Por otro lado, el estatus socioeconómico de los padres y la educación empresarial dentro del entorno familiar tienen una influencia positiva en el fomento del interés por el espíritu empresarial (Yulianita et al., 2020). Kumar et al. (2022) menciona que los emprendedores que provengan de familias que tengan empresa, no solo mejoran los conocimientos y habilidades, sino que también incrementan la confianza y la actitud positiva hacia el emprendimiento. Rohmah Adi y Idris (2021) argumenta que el apoyo familiar, que incluye aspectos sociales y emocionales resulta esencial para los estudiantes que buscan desarrollar proyectos emprendedores. Asimismo, la gestión adecuada de las emociones en el contexto de la dinámica empresarial familiar tiene un impacto directo en la calidad de las relaciones interpersonales de los emprendedores (Heydari et al., 2020). En cuanto a la implicación de la familia y el compromiso de los empleados están correlacionados con el rendimiento de estos últimos en las empresas familiares (Kuruppuge y Gregar, 2017). Además, los mecanismos de control y los objetivos familiares pueden potenciar la relación entre la orientación empresarial y el rendimiento de las empresas familiares (Kallmuenzer et al., 2018).

En cuanto a la intención emprendedora, Arranz et al. (2018) consideran que la motivación (Khalid, 2016) y las actitudes relacionadas con el deseo de superación, son las variables que mayor influencia tienen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Además, Barrientos-Báez (2022) destaca que una persona joven valora positivamente las competencias y la vocación para emprender. Por otro lado, Francis et al. (2015) sugiere que las dificultades en la obtención de apoyo financiero disminuyen la intención de emprender de los estudiantes universitarios. Yousef y Mahmoud (2021) encontraron diferencias significativas en el nivel de actitud hacia el emprendimiento entre jóvenes universitarios de zonas urbanas y rurales, debido a que los primeros tienen mayores oportunidades de financiar sus propuestas de inversión. El riesgo presente en los proyectos de emprendimiento, es una variable importante para analizar la intención de emprender, debido a que la aversión al riesgo tiene un efecto negativo sobre las intenciones empresariales (Aderibigbe, 2019). Al

respecto, Ibidunni et al. (2020) proponen que la tolerancia al riesgo influye positivamente en la capacidad de identificar oportunidades de negocio. Por otro lado, otros factores importantes que afectan la intención de emprender son la edad, el género y el apoyo familiar, que tienen una relación positiva, en contraste con las expectativas familiares, que tienen una relación negativa (Hendieh, 2019).

Dado lo anterior, la literatura académica ha demostrado que la educación emprendedora y el entorno familiar tienen un efecto positivo al desarrollar competencias, actitudes y cultura emprendedora en los estudiantes, influyendo en su intención de emprender. Sin embargo, en cuanto a educación, se requiere mayor énfasis en áreas específicas de formación, considerando factores motivacionales, de percepción, confianza y aversión al riesgo. Las universidades pueden fortalecer sus programas de emprendimiento y apoyar a los jóvenes para potenciar sus intenciones y vocación empresarial. Así mismo, el entorno emprendedor familiar es un factor importante en la intención emprendedora de los estudiantes, la cual debe ser tomada en cuenta al abordar el tema en las instituciones de educación superior y universidades.

Para presentar esta fundamentación teórica, la búsqueda bibliográfica se llevó a cabo mediante el uso de las palabras clave "*Business education and family background and entrepreneurial aspirations*" are interrelated factors. para lo cual se consultaron bases de datos como Scopus y Google Académico, encontrándose un total de 100.000 textos que comprendían artículos completos, pre-prints, conferencias, libros y capítulos de libros. Los documentos finalmente referenciados fueron elegidos tanto por la cantidad de citas que poseían como por la actualidad de su publicación, es decir, el año 2024, con el fin de garantizar la pertinencia y el rigor académico en el estudio.

3. Metodología

El diseño metodológico consistió en la definición y elaboración de un instrumento para la recolección de información de los estudiantes. Este se basó en las expectativas e intenciones que tienen sobre crear su propia empresa, su entorno familiar y académico y los aspectos que los motivan a hacerlo. El instrumento se aplicó a una muestra de 627 estudiantes

universitarios, de la mayoría de los programas profesionales y tecnológicas de la institución objeto de análisis, el cual constó de una serie de preguntas de tipo cualitativo nominal y otro ordinal basado en la escala Likert de calificación entre 1 a 5, donde 1 es estar muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo sobre los aspectos mencionados, que como se dijo antes, están relacionados con entorno familiar, la educación en emprendimiento y el tema aversión al riesgo, y la forma como estos aspectos influyen en la intención emprendedora de los estudiantes. Cabe resaltar que la Institución Universitaria sobre la que se realizó el estudio está ubicada geográficamente en Medellín, Oriente Antioqueño y Urabá antioqueño.

El tamaño de muestra se calculó con un nivel de confianza del 95% así:

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N-1)+Z^2pq}$$

Al calcular el tamaño de muestra este fue de 570 estudiantes, el cual fue superado para un total de 627 estudiantes encuestados.

Los parámetros de la formula fueron los siguientes:

Nivel de confianza del 95%, $Z=1.96$

Error: 4%

N: tamaño de la población (10800)

Los resultados se obtuvieron inicialmente mediante diagramas circulares y tablas de contingencia, donde se cruzan algunas variables, las cuales pueden establecer relaciones entre las modalidades de respuesta entre cada una de ellas. Para el análisis conjunto de variables, cada aspecto relacionado con el entorno emprendedor (variables nominales) se cruzó con cada aspecto relacionado con la intención emprendedora, a las cuales se le definieron modalidades de respuesta clasificadas en: estar de acuerdo, medianamente de acuerdo o de acuerdo con los aspectos evaluados.

El análisis correlacional entre par de variables de intención emprendedora versus variables relacionadas con entorno familiar y educación en emprendimiento, se realizó con el coeficiente de correlación de Spearman denotado como ρ (Elorza, 2008), utilizando los

valores de calificación de 1 a 5 como se dijo antes. Para la significancia de la correlación se realiza la prueba de hipótesis: $H_0: \rho = 0$ (hipótesis nula) en contraposición con $H_a: \rho \neq 0$ (hipótesis alterna), para que sea significativa la correlación, se espera que esta sea significativamente diferente de cero, con el nivel de confianza seleccionado del 95%. Al realizar la prueba de hipótesis, el Valor P para todos los pares de variables fueron significativos, o sea en todos se estuvo a favor de la hipótesis alterna.

4. Análisis de resultados y discusión

Al explorar sobre el entorno emprendedor de los estudiantes, se indagó acerca de los aspectos relacionados con la educación en emprendimiento y entorno emprendedor familiar (ver tabla 1); en los cuales se encontró que entre los estudiantes encuestados el 40.3% cursaron la asignatura de Emprendimiento empresarial durante su carrera, 67.4% tiene algún familiar cercano (padre, madre, hermanos, hijos o abuelos) que sea o haya sido empresario; así mismo el 80.8% ha tenido algún evento en su vida que lo haya motivado a tener su propia empresa; cabe resaltar que entre los estudiantes encuestados solo el 6.4% es propietario de empresa.

Tabla 1

Entorno familiar emprendedor

Pregunta	Si	No
¿Actualmente es propietario (o socio) de alguna empresa legalmente constituida?	6.4%	93.6%
¿Tiene algún familiar cercano (padre, madre, hermanos, hijos, abuelos) que sea o haya sido empresario y/o tenga un negocio propio?	67.4%	32.6%
¿Ha habido algún evento en su vida que lo haya motivado a tener una empresa propia?	80.8%	19.2%
¿Curso la asignatura de emprendimiento?	40.3%	59.7%

Fuente: elaboración propia

Análisis relacional entre el entorno emprendedor con la intención emprendedora:

Se presenta un análisis relacional sobre los aspectos de educación en emprendimiento y entorno familiar e institucional, con la intención emprendedora de los estudiantes. Se observa, entonces en la tabla 2 que entre los estudiantes que han pasado alguna vez en su vida por un evento que los haya motivado a crear empresa, el 85.2% está de acuerdo en que es atractiva la idea de tener su propia empresa, entre los que no, el porcentaje es inferior (59.2%).

Tabla 2

Evento emprendedor vs tener empresa propia

		La idea de tener mi propia empresa en lugar de trabajar para alguien más me resulta atractiva.			
		De Acuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Total
¿Ha habido algún evento en su vida que lo haya motivado a tener una empresa propia?	No	59,2 %	14,2 %	26,6%	100%
	Si	85,2%	5,1%	9,7%	100%

Fuente: elaboración propia

Así mismo, los estudiantes que se han capacitado en emprendimiento, mediante el curso que le ofreció la Institución, el 29.76% tiene como prioridad al culminar su carrera, crear empresa, en tanto que de este mismo grupo el 44.5 % desea conseguir un empleo (ver tabla 3).

Tabla 3

Capacitación-asignatura emprendimiento vs prioridad al culminar carrera

		¿Cuál es su prioridad después de culminar su carrera?				
		Conseguir empleo	Crear empresa	Seguir estudiando	Otro	Total
	No	35,29 %	32,09 %	28,61 %	4,01 %	100 %

Cursaron asignatura de Emprendimiento Empresarial.	Si	44,05%	29,76 %	19,84 %	6,35 %	100 %
--	----	--------	---------	---------	--------	-------

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4 también se puede ver que entre los estudiantes que tienen experiencia laboral de más de 3 años, sobresale el deseo de crear su propia empresa, en contraposición a los que no han trabajado antes, y es claro que a medida que aumentan los años de experiencia laboral, aumenta el deseo de los estudiantes de crear su propia empresa.

Tabla 4

Experiencia laboral vs Prioridad al culminar estudios

		¿Cuál es su prioridad después de culminar su carrera?				
		Conseguir un empleo	Crear mi empresa	Seguir estudiando o	Otro	Total
Experiencia laboral	Mayor de 6 años	18,40%	40,20%	28,70%	12,60%	100%
	Entre 3 y 6 años	25,40%	36,10%	31,10%	7,40%	100 %
	Menor a 3 años	41,6% %	30,60%	24,20%	3,60%	100 %
	No tiene experiencia	53,0%	24,70%	20,70%	1,60%	100 %

Fuente: elaboración propia

El aspecto relacionado con el miedo al fracaso de crear empresa se ve latente tanto en estudiantes que se encuentran trabajando como los que no (ver tabla 5); pero entre los que se encuentran trabajando este porcentaje es menor que entre los que no lo están haciendo.

Tabla 5

Estudiantes laboralmente activos vs Temor al fracaso de crear empresas

El miedo al fracaso es un obstáculo para crear empresa						
			De Acuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Total

¿Se encuentra trabajando actualmente?	No	59,15%	19,72 %	21,13%	100 %
	Sí	52,05 %	23,89%	24,56 %	100 %

Fuente: elaboración propia

Adicionalmente, Se puede observar también en la tabla 6, que entre los estudiantes que consideran que crear empresa es arriesgado, el 56.93% no cursaron la asignatura de emprendimiento, en tanto que el 43.07%, sí.

Tabla 6

Estudiantes que cursaron la asignatura de emprendimiento vs Riesgo de crear empresa

		Crear una empresa es arriesgado		
		De Acuerdo	Desacuerdo	Indiferente
Cursaron asignatura de Emprendimiento Empresarial.	No	56,93%	56,86%	67,25%
	Si	43,07%	43,14%	32,75%
	Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia

En cuanto a si los estudiantes que laboran o no actualmente no hay una diferencia marcada ante la pregunta de si es atractivo convertirse en emprendedor, a pesar de que en ambos grupos existe un porcentaje alto de estudiantes estar de acuerdo con esto (ver tabla 7).

Tabla 7

Estudiantes laboralmente activos vs Consideran atractivo ser empresarios

Considero atractivo convertirme en un emprendedor.				
				Total
		De Acuerdo	Desacuerdo	Indiferente

¿Se encuentra trabajando actualmente?	No	82,0 %	8,0 %	10,0 %	100 %
	Si	75,73 %	9,71 %	14,56 %	100 %

Fuente: elaboración propia

Con relación a si los estudiantes que respondieron afirmativamente, “estar de acuerdo”, a la pregunta de relacionada con visualizar oportunidades potenciales en el mercado para la creación de nuevos productos y/o servicios, 70.66% tienen algún familiar (padre, madre, hermanos, hijos, abuelos) que haya sido empresario y/o tenga su propio negocio (ver tabla 8).

Tabla 8

Familiar empresario vs oportunidades potenciales en mercado

		Veo oportunidades potenciales en el mercado para la creación de nuevos productos y/o servicios.		
		De Acuerdo	Desacuerdo	Indiferente
¿Tiene algún familiar cercano que sea o haya sido empresario y/o tenga un negocio propio?	No	29,34 %	40,85 %	37,67 %
	Si	70,66 %	59,15 %	62,33 %
Total		100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia

En ese mismo orden de ideas, se puede observar en la tabla 9 que entre las personas que está de acuerdo en que sería para ellos atractivo tener su propia empresa, el 68.92% tienen algún familiar cercano que ha creado su empresa.

Tabla 9

Familiar empresario vs Estudiantes prefiere tener su propia empresa

		La idea de tener mi propia empresa en lugar de trabajar para alguien más me resulta atractiva.		
		De Acuerdo	Desacuerdo	Indiferente
¿Tiene algún familiar cercano que sea o haya sido empresario y/o tenga un negocio propio?	No	31,08%	39,53%	38,27%
	Si	68,92%	60,47%	61,73%
Total		100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia

Análisis correlacional entre la educación en emprendimiento y entorno familiar con la intención emprendedora:

Para determinar el grado de asociación entre las variables, se determinó la correlación entre las variables de formación en emprendimiento y entorno familiar con las variables de intención emprendedora. En la tabla 10 se muestran estas variables de forma codificada y en relación a la pregunta realizada en el instrumento que se aplicó a la muestra de estudiantes con los que se llevó a cabo el estudio.

Tabla 10

Variables intención emprendedora

Aspecto del instrumento	Variable	Tipo de variable
La capacitación en emprendimiento aumenta la confianza al momento de crear una empresa	C1	Formación emprendimiento
Se necesita formación académica para crear una empresa	C2	Formación académica
La familia influye positivamente al emprendedor para crear una empresa	F1	Influencia familiar
Mi principal objetivo profesional es ser un empresario	I1	Intención emprendedora
Estoy dispuesto a crear mi propia empresa en el futuro	I2	Intención emprendedora

Estaría dispuesto a hacer un gran esfuerzo y dedicar el tiempo necesario para crear mi propia empresa	I3	Intención emprendedora
Me gustaría enfrentarme a nuevos retos emprendedores	I4	Intención emprendedora
La opción de iniciar una empresa es una oportunidad potencial por la que lucharía	I5	Intención emprendedora
Considero atractivo convertirme en un emprendedor	I6	Intención emprendedora

Fuente: elaboración propia

En la tala 11 se muestran los resultados de las correlaciones entre dichas variables, las cuales fueron validadas mediante pruebas de hipótesis, como se presentó antes, para determinar la significancia de las mismas con un nivel de confianza del 95%, a continuación, se presenta su interpretación:

Se observa una importante correlación entre la percepción que tienen los estudiantes sobre la capacitación en emprendimiento (C1) con las variables de intención emprendedora I1, I2, I3, I5 e I6, sobresaliendo la variable I5 la cual se ven una opción de iniciar una empresa como una oportunidad potencial por la que lucharían los estudiantes. En cuanto a la pregunta de si se necesita formación académica para crear empresa (C2), existe una correlación débil con las variables de intención emprendedora; la mayor correlación se dio con la variable I5.

Las correlaciones de la variable F1, “la familia influencia positivamente al emprendedor para crear empresa”, tiene una relativa importante correlación con las variables de intención emprendedora I2 e I5, la cuales se enuncian como “estoy dispuesto a crear mi propia empresa en el futuro” y “la opción de iniciar una empresa es una oportunidad potencial por las que lucharían”, respectivamente.

Tabla 11

Correlación Entorno educativo y familiar VS Intención emprendedora

	I1	I2	I3	I4	I5	I6
C1	*0,471	*0,589	*0,557	*0,558	*0,70	*0,589
C2	0,162	0,231	0,218	0,219	0,336	0,221

F1	0,263	*0,374	0,342	0,338	*0,370	0,315
----	-------	--------	-------	-------	--------	-------

Fuente: elaboración propia

El entender la percepción que tienen los estudiantes universitarios frente al emprendimiento permite a las instituciones de educación superior establecer pautas de acompañamiento y crear escenarios para que se de los procesos de emprendimiento en ellos. El trabajo realizado identifica a un estudiante con intenciones claras en cuanto al deseo de conseguir un empleo y crear empresa como primera y segunda prioridad respectivamente. En cuanto a este último, Arranz et al, 2018, menciona que la intención está relacionada con el propósito de autorrealización de los jóvenes. Esto conlleva a que los estudiantes tengan la intención de emprender un negocio.

En el trabajo se identificó un estudiante influenciado, de alguna forma, por su entorno y vocación emprendedora a través de su familia, que ha pasado por eventos en su vida que lo han motivado a tener su propia empresa. El respecto, Hendieh (2019) señala que varias variables, entre ellas el apoyo familiar, se asocia positivamente con el comportamiento emprendedor. También se observa un importante número de estudiantes que desconocen de los programas que acompañan los procesos de emprendimiento, tanto en la universidad como por fuera, a pesar de haber recibido capacitación en temas de emprendimiento. Por tal motivo, como lo plantea Rahim (2021) las universidades deben establecer o fortalecer centros de desarrollo empresarial, que sirvan como plataforma donde los estudiantes puedan empezar a expresar sus intenciones.

Cabe resaltar que este estudio busca identificar aquellos aspectos que potencian la intención de crear empresa por parte de los estudiantes, lo cual representa un insumo importante para que las instituciones, además de realizar una exploración sobre lo que piensan del tema de emprendimiento, también puedan establecer estrategias que la permitan crear escenarios para que se lleven a cabo estos procesos de emprendimiento, pero no orientado generar metodologías en sí mismas para crear empresas, sino en llevar a cabo una lectura del potencial emprendedor de los estudiantes y las capacidades con que cuenta la Institución, y con esto desplegar las acciones correspondientes que le proporcionen al estudiante elementos

que propicien su actividad emprendedora. Por tal motivo, las instituciones educativas deben fortalecer la educación empresarial mediante cursos que despierte la intención de emprender y para esto la metodología de enseñanza es un elemento clave, como lo plantea Rahim (2021), como lo describe Mykolenko et al., (2021) en su trabajo.

Varios estudios, entre ellos (Lu, 2021; Zanabazar y Jigjiddorj, 2020; Yaqub, 2015; Colman et al., 2019) han demostrado la correlación positiva entre la educación empresarial y la intención emprendedora. Los resultados del presente trabajo corroboran estos hallazgos, indicando, en la tabla 11, de acuerdo a la respuesta de los estudiantes, que existe una correlación importante entre el hecho de que la formación en emprendimiento aumenta la confianza al momento de crear empresa en correlación con su intención emprendedora, a pesar de que el hecho de haber cursado la asignatura de emprendimiento, no incide específicamente en la intención emprendedora de ellos (ver tabla 3), aquí sale a colación un tema importante y es la orientación que se está dando en la formación en emprendimiento en la universidades actualmente.

La exposición al riesgo (aversión al riesgo) es bajo entre los colombianos (Araujo et al., 2019) por lo que, las personas se abstienen de invertir en proyectos que generen altos riesgos. Aderibigbe (2019) ya había señalado que esta tiene un fuerte efecto negativo sobre las intenciones empresariales. En el presente estudio, la mayoría de los estudiantes, tanto quienes trabajan como quienes no, ven el emprendimiento como un riesgo (tabla 6). Este factor podría ser uno de los principales inhibidores sobre la intención emprendedora, incluso en aquellos con fuertes motivaciones y antecedentes familiares emprendedores.

Conclusiones

Al realizar un análisis relacional entre la intención emprendedora con la educación en emprendimiento y el entorno familiar, se evidencia un estudiante que identifica claramente la necesidad de formación en este tema para activar su intención de crear empresa. En cuanto al entorno familiar existe una buena disposición para crear empresa de los estudiantes que tienen un pariente cercano que tiene o ha tenido empresa.

Los resultados indican también, que, mientras la educación en emprendimiento y un entorno familiar emprendedor, pueden incentivar las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios, existen barreras significativas, como la aversión del riesgo de crear empresa.

La Instrucción, al desarrollar cursos o programas de emprendimiento, debería considerar estos factores para crear un entorno más propicio y efectivo para el surgimiento de nuevos emprendedores, orientados hacia la cultura emprendedora y conocimiento de las necesidades del entorno; ya que, si bien los estudiantes perciben como aspecto importante la formación en emprendimiento, el estudio evidencia que esta formación no es clara en la influencia sobre su intención de crear empresa.

Otro aspecto a resaltar en el estudio, es el miedo al fracaso, el cual es percibido por los estudiantes como un factor restrictivo para crear empresa, tanto en aquellos que se encuentran trabajando como los que no, el temor al riesgo podría ser mitigado con la educación en emprendimiento y el acompañamiento por parte de las instituciones de educación superior en los procesos de emprendimiento de los estudiantes. El estudio también identificó que a medida que aumenta la experiencia laboral de los estudiantes, aumenta también su intención de crear empresa, aspecto que debe ser un factor importante al generar programas formación en emprendimiento, pues existe en las universidades el estudiante trabajador que tiene la experiencia, la cual puede ser potenciada para la generación de escenarios para que se del emprendimiento en ellos.

Un tema de crucial interés para próximas investigaciones es indagar sobre los eventos que han desencadenado el interés en crear empresa de los estudiantes, el cual en el presente estudio un porcentaje alto lo evidencia, y si este evento está relacionado con los factores mencionados en el presente estudio o si existen algunos otros, ya que, al conocerlos, las instituciones podrían tenerlos en cuenta en sus procesos e acompañamiento a los estudiantes.

Referencias

Abbes, I. (2024). Shaping Entrepreneurial Intentions Through Education: An Empirical Study. *Sustainability (Switzerland)*, 16(22). <https://doi.org/10.3390/su162210070>

- Aderibigbe, J.K. (2019). South African University Students' Entrepreneurial Intention as a Correlate of Entrepreneurship Risk Perceptions and Aversion. *JOURNAL OF HUMAN ECOLOGY*.
- Arranz, N. Khalid, A.H.B, & Arroyabe J. C. F. D. (2018). Entrepreneurial intention and obstacles of undergraduate students: the case of the universities of Andalusia. *Studies in Higher Education*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Barrientos-Báez, A., Martínez-González, J.A., García-Rodríguez, F.J., & Gómez Galán, J. (2022). Entrepreneurial competence perceived by university students: Quantitative and descriptive analysis. *JOURNAL OF INTERNATIONAL STUDIES*.
- Borja, A. H., Carvajal, H. R., & Vite, H. A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183–196. <https://revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Colman, M., Silva, J.D., Westermann, B., & Dlamini, S.N. (2019). The impact of perceived innovativeness, perceived risk and perceived educational support on University student's entrepreneurial intention.
- Elorza, Haroldo (2008). *Estadística para las ciencias sociales del comportamiento y de la salud*. Cengage Learned Editores. Mexico.
- Foster, B., Saputra, J., Muhammad, Z., Johansyah, M. D., & Bon, A. T. (2021). The mediating role of universities environment in the relationship between self-efficacy, family environment and entrepreneurial intention. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 3081–3087. <https://doi.org/10.46254/AN11.20210553>
- Francis, C., Hiram, T., Ridhwan, A.S., & Cheah, J. (2015). Factors Affecting Entrepreneurial Intention Of Malaysian University Students.
- Gimenez-Jimenez, D., Edelman, L. F., Minola, T., Calabrò, A., & Cassia, L. (2021). An Intergeneration Solidarity Perspective on Succession Intentions in Family Firms.
- Hendieh, J., Aoun, D., & Osta, A. (2019). Students' Attitudes toward Entrepreneurship at the Arab Open University-Lebanon. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22.

- Heydari, M., Xiaohu, Z., Saeidi, M., Lai, K. K., & Yuxi, Z. (2020). Entrepreneurship Process As The Creation Of Business By Engaging Family Members: Based On The Perceived Emotion. *REICE: Revista Electrónica de Investigación En Ciencias Económicas*, 8(15), 210–241.
- Hien, D.T., & Cho, S. (2018). Relationship between Entrepreneurship Education and Innovative Start-Up Intentions among University Students. *International Journal of Entrepreneurship*, 22, 1.
- Ibidunni, A.S., Mozie, D., & Ayeni, A.W. (2020). Entrepreneurial characteristics amongst university students: insights for understanding entrepreneurial intentions amongst youths in a developing economy. *Journal of Education and Training*.
- Kallmuenzer, A., Strobl, A., & Peters, M. (2018). Tweaking the entrepreneurial orientation–performance relationship in family firms: the effect of control mechanisms and family-related goals. *Review of Managerial Science*, 12(4), 855–883.
- Khalid, A.H.B. (2016). University Students' Perceptions and Attitudes About Entrepreneurship and Their Intentions to Startup Businesses: Literature Review. In: Bilgin, M., Danis, H., Demir, E., Can, U. (eds) *Business Challenges in the Changing Economic Landscape - Vol. 2. Eurasian Studies in Business and Economics*, vol 2/2. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-22593-7_25
- Kumar, K. A., George, A. J. Z., Orwah, N. A., Jayabalan, A., Othaman, N. S., Jeppu, A. K., & Azam, S. M. F. (2022). Entrepreneurial Intention Among University Students: Does Family Background Matter? A Narrative Review. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(8), e001680.
- Kuruppuge, R. H., & Gregar, A. (2017). Family involvement, employee engagement and employee performance in enterprising family firms. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 65(5), 1695–1707.
- Lawan, U.M., Envuladu, E., Mohammad, M.A., Wali, N.Y., & Mahmoud, H.M. (2015). Perceptions and Attitude towards Entrepreneurship Education Programme, and Employment Ambitions of Final Year Undergraduate Students in Kano, Northern Nigeria.

- Lechuga Sancho, M. P., Ramos-Rodríguez, A. R., & Frende Vega, M. Á. (2021). Is a favorable entrepreneurial climate enough to become an entrepreneurial university? An international study with GUESSS data. *International Journal of Management Education*, 19(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100536>
- Li, J., Nair, S. M., & Wider, W. (2022). Effects of family background and entrepreneurship competition on students' entrepreneurial intention in China. *Humanities and Social Sciences Letters*, 10(4), 557–568. <https://doi.org/10.18488/73.v10i4.3185>
- Murray, A., & Crammond, R.J. (2020). Witnessing entrepreneurial perceptions and proclivity in university students. *Education + Training*.
- Mykolenko, O., Ippolitova, I., Doroshenko, H., & Strapchuk, S. (2021). The impact of entrepreneurship education and cultural context on entrepreneurial intentions of Ukrainian students: the mediating role of attitudes and perceived control. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*.
- Papadaki, Š., Novák, P., & Dvorský, J. (2017). Attitude of university students to entrepreneurship.
- Phuong, N., Thanh, L., & Anh, T. (2021). La percepción del emprendimiento en la educación superior: Un estudio comparativo. *International Journal of Educational Research*, 15(2), 189-205.
- Pinheiro, G. T., Moraes, G. H. S. M., & Fischer, B. B. (2023). Student entrepreneurship and perceptions on social norms and university environment: evidence from a developing country. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(4), 746–765. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2021-0121>
- Pulka, B.M., Aminu, A.A., & Rikwentishe, R. (2015). The Effects of Entrepreneurship Education on University Students' Attitude and Entrepreneurial Intention. *European Journal of Business and Management*, 7, 149-157.
- Rahim, I.H. (2021). Perception of Students on Entrepreneurship Education.
- Rohmah Adi, K., & Idris, I. (2021). Peran lingkungan keluarga dalam mengembangkan wirausaha muda. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.17977/um022v6i12021p1>

- Smirat, D., & Shariff, D. (2021). University entrepreneurial education, family entrepreneurial experience and family business entrepreneurial intentions: mediating effect of students benefits in Palestine. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(Special Issue 4), 1–20. <https://shorturl.at/7QRc8>
- Supandi, R., Wulandari, S. Z., & Naufalin, L. R. (2022). Influence of Family Circumstances, Peer Circumstances, and Entrepreneurial Learning on Entrepreneurial Interests with Self-Efficacy as Intervening Variables. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 3(2), 140.
- Valencia-Arias, A., Arango-Botero, D.M., & Sánchez-Torres, J.A. (2021). Promoting entrepreneurship based on university students' perceptions of entrepreneurial attitude, university environment, entrepreneurial culture and entrepreneurial training. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*.
- Velasquez, R., & García, L. (2019). Emprendimiento social y transformación comunitaria. *Revista de Estudios Sociales*, 34(1), 45-60.
- Yaqub, M.O., Mufti, N.A., Ali, S., & Khaleeq, M. (2015). Impact of Entrepreneurship Education on Attitudes of Students Towards Entrepreneurship. *Journal of Basic and Applied Sciences*, 11, 590-595.
- Yousef, A.H., & Mahmoud, M.I. (2021). Attitudes of University Youth Toward Entrepreneurship: a Field Study at the Faculty of Agriculture, Damanhour University.
- Yulianita, D., Kusumojanto, D. D., & Indrawati, A. (2020). The Influence of Parent's Social Economic Status and Entrepreneurship Education in the Family towards Entrepreneurship Intention through Self Efficacy: A Study of Children in Paper Waste Management Communities at Desa Gampingan Kabupaten Malang. *The International Journal of Business & Management*, 8(9).
- Zanabazar, A., & Jigjiddorj, S. (2020). The factors effecting entrepreneurial intention of university students: case of Mongolia. *SHS Web of Conferences*.