

Influencia de cursos de emprendimiento en la intención y acción de emprender en estudiantes de maestría

Influence of Entrepreneurship courses in the intention and entrepreneurial action in master students

SEPÚLVEDA-CALDERÓN, Pilary ¹ y ZAPATA-CUERVO, Natalia ²

Recibido: 18/10/2018 • Aprobado: 18/05/2019 • Publicado 10/06/2019

Contenido

1. Introducción

2. Metodología

3. Resultados

4. Conclusiones

Referencias bibliográficas

RESUMEN:

Esta investigación cuantitativa y descriptiva, analiza la influencia de cursos de emprendimiento de estudiantes de maestría en la intención y acción emprendedora. Los hallazgos muestran: 1) los estudiantes consideran que los cursos de emprendimiento y elaboración del plan de negocios incrementaron la intención de emprender e infundieron motivaciones. 2) El conocimiento y experiencia, facilitaron su acción emprendedora. 3) Los estudiantes que no han tenido intención de emprender, se caracterizan por tener proyección profesional y tranquilidad de un ingreso fijo mensual.

Palabras clave: Maestrías en administración, cursos de emprendimiento, intención emprendedora, acción de emprender.

ABSTRACT:

This quantitative and descriptive research analyzes the influence of entrepreneurship courses on Master on Administration and the entrepreneurial intention and actions. Results indicate: 1) Students felt entrepreneurship courses and the development of business plan influence their intention to become entrepreneurs and provide motivation. 2) Knowledge and experiences that they have developed in professional life, facilitated the entrepreneurship beginning. 3) Respondents that have not created their company are fear to lose their job, and guaranteed monthly income.

Keywords: Master on Business, entrepreneurship courses, Entrepreneurial intention, Entrepreneurship

1. Introducción

La educación en emprendimiento ocupa un lugar destacado en las agendas políticas en países desarrollados y en desarrollo, como medio para impulsar y fortalecer la creación de nuevas empresas (Leitch, Hazlett y Pittaway, 2012). Estudios han demostrado que los programas de educación empresarial contribuyen al desarrollo de las intenciones y la acción

de emprender (Izquierdo y Buelens, 2008; Von Graevenitz, Harhoff y Weber, 2010). La literatura existente ha demostrado resultados positivos y negativos a cerca de la educación y la formación en emprendimiento, sin embargo, revisiones cualitativas no han abordado adecuadamente el tema según Martin, McNally y Kay (2013).

No obstante, existe más estudios positivos que negativos sobre la relevancia de la educación en emprendimiento. Hay investigaciones que presentan que los cursos o programas de emprendimiento en las universidades tienen un impacto positivo sobre la atraktividad y factibilidad de nuevas intenciones de crear una empresa o arrancarla, aclarando, que es probable que no se dé inmediatamente después de terminados sus estudios, pero si en el mediano o largo plazo (Souitaris, Zerbinati y Al-Laham, 2007). Otros, afirman que los fundadores con educación universitaria realizan más altas inversiones en sus empresas que los que no la tienen (Reynolds, Storey y Westhead, 1994) y sus empresas tienen una mejor gestión (Shane, 2004).

La educación y formación en emprendimiento está creciendo rápidamente en universidades y colegios en todo el mundo (Von G. et al., 2010), y algunos gobiernos tienen importantes apoyos en financiamiento y asesoramiento a posibles emprendedores y pequeñas empresas existentes. Desafortunadamente, hay poca evidencia que demuestre que la educación y la formación en emprendimiento ayuda a crear más o mejores emprendedores (Martin, et. al, 2013). Estos autores, encontraron una serie de debilidades metodológicas entre los estudios analizados, los estudios con menor rigor metodológico están exagerando el efecto de la educación y formación en emprendimiento. Es por esto, que los autores presentan la primera revisión cuantitativa de la literatura y encuentran a través de un estudio meta-analítico, que las habilidades emprendedoras y los resultados derivados de ellas son influenciados significativamente por una formación específica en emprendimiento.

Esta primera etapa del estudio, se concentra en una caracterización descriptiva de estudiantes de Maestrías en Administración, su intención y acción emprendedora, después de haber tomado los cursos de emprendimiento ofrecidos en programas de maestría ofertados en Bogotá - Colombia. Esta investigación pretende explorar si un conocimiento estructurado y desarrollo de habilidades emprendedoras, que se pueden conseguir con el estudio de una maestría, favorece la intención y acción de emprender, según la percepción de los encuestados. Los estudiantes participantes tenían un perfil directivo, devengaban al año una cifra superior a US\$2.613,97 (TRM US\$1= COP \$3165.09, 2 de diciembre de 2016), tenían a su cargo más de diez colaboradores y contaban con proyección profesional en la empresa donde trabajaban.

La intención empresarial se ha utilizado como una referencia a la propiedad de un negocio, ya sea, mediante la creación de una empresa propia o hacerse cargo de una ya existente; como un conjunto de orientaciones personales, disposiciones, deseos o intereses a la creación de empresas. También como el espíritu empresarial naciente (Thompson, 2009). La acción empresarial hace referencia a la propiedad y gestión de un pequeño negocio, según Farrington, Gray y Sharp (2011).

El estudio de Ben Nasr y Boujelbene (2014) se centró en dos aspectos principales: Intención empresarial y perfil de participantes. Empíricamente, los resultados muestran que los programas de emprendimiento ofrecidos en el MBA tienen un impacto positivo en la intención empresarial y perfil de los participantes. Varios estudios han demostrado que existe una correlación significativa entre la educación en emprendimiento, la intención y acción de emprender. Estos afirman que existen diferencias significativas entre estudiantes que tienen acercamiento a una formación en emprendimiento y los que no en términos de intención y acción (Turker y Selcuk, 2009; Packham, Jones, Miller, Pickernell & Thomas, 2010; Mushtaq, Niazi, Hunjra, y Rehman, 2011). Harris y Gibson (2008), afirman que las actitudes y habilidades empresariales pueden ser desarrolladas en programas de educación empresarial e influenciadas por profesores.

Se ha pasado de estudiar las características de los emprendedores a estudiar los factores que conducen a una decisión de fundar una empresa para poder explicar mejor el comportamiento y crecimiento empresarial (Autio, Keeley, Klofsten, Parker y Hay, 2001). De hecho, la educación en general en el desempeño empresarial es positivo.

Las siguientes secciones del artículo se centran en una revisión de literatura sobre los impactos de la educación y factores cognitivos que influyen en la intención y acción empresarial, metodología, resultados de un análisis descriptivo, discusión y conclusiones.

1.1. Revisión de literatura

Es comúnmente reconocido en la literatura que el conocimiento, actitudes y habilidades emprendedoras se pueden enseñar y desarrollar en un entorno apropiado (Packham, et al., 2010; Harris & Gibson, 2008). Existe una estrecha relación entre el aprendizaje y el rendimiento empresarial (Packham et al., 2010). Varios estudios han demostrado que existe correlación significativa entre la educación en emprendimiento y la intención de los estudiantes de crear una nueva empresa (Turker & Selcuk, 2009; Packham et. al, 2010; Mushtaq, et. al, 2011; Kadir, Salim y Kamarudin, 2012).

Para tener más claridad sobre la intención empresarial, primero se revisó como la han definido. Bird (1988), hace referencia a que la intencionalidad es un estado de ánimo que dirige la atención de una persona (experiencia y acción) hacia un objeto específico (meta) o una ruta de acceso con el fin de lograr algo (medios). Wu y Wu (2008), consideraron la intención empresarial, como un estado mental dirigido a crear una nueva empresa. Sondari (2014), acopió las definiciones sobre intención empresarial, redefiniéndola como un estado mental de las personas que desean crear su propia empresa y asumir roles diferentes en las etapas de ésta, y se compromete con las actividades empresariales necesarias durante su vida laboral.

La acción empresarial hace referencia a la propiedad y gestión de un pequeño negocio, según Farrington, et al. (2011). El común denominador en el proceso empresarial es que hay etapas con una secuencia lógica, que arrancan por una motivación al logro y atracción por una carrera empresarial, completada por una visión profunda de ejecutarla y mantenerla; pasando por la identificación de la oportunidad, su análisis profundo y detallado; y tomar la decisión de continuar con la carrera empresarial y salir a buscar recursos (Varela y Bedoya, 2006; Barbosa, Gerhardt y Kickul, 2007).

Estas definiciones de intención y acción empresarial son las que guiarán este estudio, debido a que los estudiantes de maestría tienen la estructura, conocimiento, experiencia y habilidades, no sólo para tener la intención de crear una empresa sino aportar en el proceso y hacerla sostenible en el tiempo. Dado que el proceso empresarial es de naturaleza experimental, es posible estudiar la influencia de las experiencias pasadas en la capacidad empresarial de un individuo (Harris y Gibson, 2008; Lerner y Malmendier, 2013).

Un marco teórico para explicar los procesos pre start-up es la Teoría de Comportamiento planeado (TPB, por sus siglas en inglés) (Ajzen, 1991). El TPB es un modelo que es útil para explicar la intención empresarial (Wu y Wu, 2008). Bakotic y Kruzic (2010), añaden al modelo la educación como una variable de apoyo que puede influenciar la intención y actitud empresarial.

La investigación realizada por Vásquez, Llanero, Gutiérrez y García (2011), encontró que el estudiante cree que la educación empresarial contribuye a aumentar la autoeficacia empresarial y está representada por experiencias, conocimientos y apoyo para la creación de empresas que dan las universidades y escuelas de negocios. Sin embargo, uno de los indicadores de impacto para evaluar los resultados de la educación emprendedora es la tasa de creación de nuevos negocios, pero estos resultados no son inmediatos (Raposo y Do Paço, 2011), lo que dificulta visualizar la influencia de la educación en emprendimiento en la creación de nuevas empresas. Por ejemplo, realizando este estudio y haciendo seguimiento a los graduados de la maestría, más del 85% tenía la intención de emprender al terminar la maestría, pero esa intención no se materializó inmediatamente sino tiempo después.

Son pocos los estudios que han examinado la asociación entre cognición e intención empresarial entre estudiantes (Barbosa et al., 2007). La cognición ha surgido recientemente como un fundamento teórico sistemático para explicar los factores que influyen en la intención y la acción empresarial (Kickul, Gundry, Barbosa y Whitcanack, 2009;

Watchravesringkan, Hodges, Yurchisin, Hegland, Karpova, Marcketti y Yan 2013). La cognición empresarial ha sido definida como la estructura del conocimiento que las personas usan para hacer evaluaciones, juicios o tomar decisiones que involucran la evaluación de oportunidades, creación de empresas y crecimiento (Mitchell, Busenitz, Lant, McDougall, Morse y Smith, 2002). Este estudio parte de la premisa que el estudiante de la maestría tiene el conocimiento y la experiencia profesional para tomar la decisión de emprender con más hechos y menos juicios. El acercamiento cognitivo a la investigación del emprendimiento fue basado en la suposición que los emprendedores desarrollan estructuras de conocimiento únicas y ellos procesan información de forma diferente a los no emprendedores (Sánchez, 2012). Además, cada fase del proceso emprendedor requiere cualidades cognitivas específicas (Kickul et al., 2009).

El estudio de Pihie, Bagheri y Abdullah (2013) intenta cerrar la brecha en la literatura, sus resultados ponen de relieve que las personas pueden tener un proceso de aprendizaje de conocimientos y habilidades emprendedoras y dirigir su motivación, creencias y comportamientos hacia intenciones empresariales. Así mismo, la investigación realizada por Castillo (2013) encontró que los emprendedores se caracterizan por tener habilidades y características particulares que conllevan al éxito del emprendimiento, si estas habilidades no son innatas pueden ser enseñadas y por ende se pueden aprender.

Por tanto, el papel de la educación en emprendimiento es ayudar a estudiantes a comenzar a pensar en la creación de una nueva empresa como una alternativa de carrera, y desarrollar una actitud positiva hacia los cursos de emprendimiento (Fayolle y Gailly, 2008). Para lograrlo, la educación en emprendimiento debe consistir en varios cursos con el fin de desarrollar competencias para el emprendimiento integral (Jones y English, 2004; Wu y Wu, 2008). Los autores Welsh, Tullar y Nematy (2016) afirman que el enfoque de procesos es el que mejor explica por qué la formación en emprendimiento tiene diferentes efectos en los estudiantes dentro del aula y, posterior a su graduación. Los estudiantes de maestría que participaron en este estudio tomaron los cursos de emprendimiento durante un año en diferentes etapas: 1) temas generales de emprendimiento y el proceso empresarial; 2) ciclos de conferencias con empresarios ya posicionados a nivel Colombia y emprendedores; y 3) finalizaron con la elaboración del plan de negocios, apoyado por expertos de diferentes sectores económicos, y por último la sustentación de su proyecto empresarial.

En la literatura, se encuentran estudios suficientes sobre la influencia que tienen los cursos de emprendimiento en programas de maestría y de postgrado frente a la intención de emprender o no de los estudiantes una vez terminados sus estudios. Por ejemplo, una investigación realizada en los Estados Unidos, indica que estos cursos de emprendimiento generan un conocimiento intuitivo en los estudiantes que mejora su percepción frente a oportunidades empresariales; y un conocimiento analítico que mejora la percepción frente a la evaluación, planificación y administración de recursos para establecer nuevas empresas (Kickul et al., 2009). Otras recientes investigaciones indican que las habilidades emprendedoras y conocimientos empresariales forma valores emprendedores en los estudiantes que estimulan su intención de emprender que los lleva a la acción (Watchravesringkan et al., 2013).

Un estudio realizado en la Universidad de Sevilla, utilizando la Teoría de Comportamiento Planeado, examina el impacto de la formación en emprendimiento en estudiantes de comunicación y esta investigación vuelve a ratificar que existe un vínculo fuerte (Caro-Gonzalez, Sánchez-Torné y Romero-Benabent (2017). (Ben Nasr y Boujelbene (2014) realizaron un estudio a estudiantes de maestría en el Instituto Superior de Administración de Empresas de Sfax en Tunez. Este estudio pudo identificar un impacto positivo de los cursos en emprendimiento en la intención, el perfil, el proyecto empresarial y la vida profesional. En contraste, la investigación de Askun y Yildirim (2011), realizada en universidades públicas de Turquía, concluyó que los cursos de emprendimiento no son suficientes para desarrollar habilidades y la mentalidad requerida para la creación de una nueva empresa. Otros estudios realizados propiamente con estudiantes de MBA (Lerner y Malmendier, 2013 y DeMartino y Barbato, 2015) analizaron las experiencias en emprendimiento antes y después de cursar programas de MBA. Sus hallazgos fueron que al compartir durante el MBA experiencias de éxito o fracaso empresarial, éstas tuvieron influencia directa en la

disminución de la probabilidad de fracaso en los emprendimientos posteriores a los estudios de MBA.

2. Metodología

Este estudio fue desarrollado mediante una técnica cuantitativa, de carácter exploratorio y descriptivo. Este estudio está dividido en dos fases. La primera fase está focalizada en explorar y describir las características demográficas de los estudiantes de maestrías en administración que participaron en el estudio, sus percepciones frente a la intención de emprender y su acción emprendedora, una vez terminado el curso de emprendimiento. La segunda fase pretende mostrar diferentes correlaciones entre variables utilizando regresiones logísticas. Este artículo muestra los resultados de la primera fase.

2.1. Muestra e instrumento

La muestra de este estudio corresponde a altos ejecutivos con cargos de responsabilidad de empresas nacionales y transnacionales con operación en Colombia, estudiantes de Maestrías en Administración que en su plan de estudios cursaban la asignatura de emprendimiento y tenían como entrega final un plan de negocios. Se recopilaron 509 encuestas desde el 2008 hasta el 2014, los datos fueron registrados y analizados en SPSS.

El instrumento utilizado fue auto-validado por un período de 4 años semestralmente, para un total de 8 períodos. Fue testeado en una universidad de Bogotá. Posterior a dicha prueba piloto se estandarizaron las preguntas. El cuestionario estandarizado y definitivo consta de 41 preguntas. Las secciones del cuestionario se dividieron en información demográfica, información profesional, información laboral, intención de emprender y actividad emprendedora. Las cuatro primeras preguntas del cuestionario funcionaron como filtros, donde se preguntaba, si el cargo del encuestado era de responsabilidad, cuantas personas tenía a su cargo, si había cursado una maestría en Administración en los últimos 5 años y, finalmente si el plan de estudios de la maestría incluía cursos de emprendimiento. 19 preguntas correspondían a la intención y acción emprendedora de los ejecutivos que estudiaban maestría.

Desde el 2008 el instrumento se aplicó hasta el segundo semestre del 2014. Se utilizó una base de datos de 5389 ejecutivos residentes en Colombia, a quienes vía correo electrónico se les envió el cuestionario. Se recibieron 1073 respuestas, de las cuales sólo se tuvieron en cuenta 509 encuestas, las 564 restantes, se eliminaron al no cumplir con la condición de cargo ejecutivo o de estudio de maestría establecido.

3. Resultados

Los resultados que se presentan a continuación, están organizados de acuerdo a las secciones que contenía la encuesta.

3.1. Información básica

De los 509 estudiantes de maestría encuestados durante los siete años de recogida de información, el 69,35% eran hombres y 30,65% mujeres. Por otro lado, el 47,20% eran de Bogotá y el 46,80% de otras ciudades colombianas y extranjeros. Las edades más representativas de los encuestados oscilaban entre los 30 y 39 años que correspondía al 61,30%. Así mismo el 63,65% de los encuestados se encontraban casados. La tabla.1 presenta la información demográfica de la muestra.

Tabla 1
Información demográfica

Ítem	Número	Porcentaje
Femenino	156	30,65%

Genero	Masculino	353	69,35%
Edad	Menor de 30 años	20	3,93%
	30-34 años	175	34,38%
	35 - 39 años	137	26,92%
	40 - 44 años	74	14,54%
	45 - 50 años	40	7,86%
	Mayor a 50 años	8	1,57%
	NS- NR	55	10,81%
Ciudad de Nacimiento	Bogotá	240	47,15%
	Otra	238	46,76%
	NS- NR	31	6,09%
Estado de civil	Casado	324	63,65%
	Separado	32	6,29%
	Soltero	148	29,08%
	Viudo	2	0,39%
	NS- NR	3	0,59%
Número de Hijos	0 hijos	200	39,29%
	1 hijo	100	19,65%
	2 hijos	122	23,97%
	3 hijos	29	5,70%
	más de 3 hijos	8	1,57%
	NS- NR	50	9,82%

3.2. Información profesional

En relación a la información profesional de la muestra, el 56.97% cursó pregrados en ingeniería, frente a un 21.41% que estudiaron administración y un 13.95% que estudiaron carreras del área social y salud. Así mismo el 35.56% finalizó los estudios de pregrado entre el 2000 y 2004, seguidos por el 25.74% quienes finalizaron entre los años 1995 y 1999. La Tabla 2 recopila la información profesional de la muestra.

Tabla 2
Información profesional

	Ítem	Número	Porcentaje
Profesión	Administración	109	21,41%
	Ingeniera	290	56,97%
	Sociales	71	13,95%
	Otras áreas	38	7,47%
	NS- NR	1	0,20%
Año de finalización pregrado	Antes de 1995	95	18,66%
	1995-199	131	25,74%
	200-2004	181	35,56%
	2005-2009	55	10,81%
	2010 en adelante	3	0,59%
	NS- NR	44	8,64%

3.3. Información laboral

El promedio de experiencia laboral de la muestra fue de 11.26 años como empleados y 1.29 años como empresarios, para un total de 12.55 años de experiencia laboral, ver Tabla 3.

Tabla 3
Años de experiencia laboral

Ítem	Media	Desviación Estándar
Empleado	11,26	6,56
Empresario	1,29	3,26
Total años experiencia	12,55	

Tabla 4
Salario anual antes y después de la maestría

	Ítem	Número	Porcentaje
	Menos de \$50.000.000	49	9,63%

Salario anual devengado antes de la maestría	\$50.000.001 - 75.000.000	54	10,61%
	\$75.000.000 - 100.000.000	93	18,27%
	\$100.000.001 - 125.000.000	78	15,32%
	\$ 125.000.001 - 150.000.000	59	11,59%
	\$ 150.000.001 - 175.000.000	57	11,20%
	\$ 175.000.001 - 200.000.000	41	8,06%
	\$200.000.001 - 250.000.000	33	6,48%
	Más de \$250'000.000	26	5,11%
	NS- NR	19	3,73%
Salario anual devengado después de la maestría	Menos de \$50.000.000	27	5,30%
	\$50.000.001 - 75.000.000	28	5,50%
	\$75.000.000 - 100.000.000	58	11,39%
	\$100.000.001 - 125.000.000	67	13,16%
	\$ 125.000.001 - 150.000.000	67	13,16%
	\$ 150.000.001 - 175.000.000	53	10,41%
	\$ 175.000.001 - 200.000.000	50	9,82%
	\$200.000.001 - 250.000.000	58	11,39%
	Más de \$250'000.000	69	13,56%
NS- NR	32	6,29%	

Por otro lado, y aprovechando que en el cuestionario había preguntas relacionadas al salario devengado por estudiantes de maestría, se encontró que al iniciar la maestría el 18.27% de los encuestados devengaban entre US\$23.696,02 y US\$31.594,68 al año; 15.32% estaban entre US\$31.594,69 - US\$39.493,35 y el 11.59% devengaban entre US\$39.493,36 - US\$47.392,02. Al terminar la maestría se observó un incremento de los salarios devengados por los estudiantes encuestados, por ejemplo: el 13.56% devengaban un valor superior a US\$78.986,70 al año, y 26.32%% tenía un ingreso anual entre US\$31.594,69 y US\$47.392,02 (ver Tabla 4). Estos datos se revelan con el único fin de informar el comportamiento de los salarios, pero no se pretende afirmar que al terminar estudios de maestría los graduados incrementan dichos salarios.

3.4. Información intención de emprender y actividad emprendedora

Del total de la muestra el 88.41% ha tenido la intención de crear negocio y de estos el 51.28% efectivamente ha tenido empresa (ver Tabla 5).

Tabla 5
Intención de emprender de los estudiantes de maestría

Ítem		Número	Porcentaje
Intención de crear negocio	Si	450	88,41%
	No	54	10,61%
	NS- NR	5	0,98%
Número de intentos creación de negocio	Nunca	147	28,88%
	1 intento	179	35,17%
	2 intentos	91	17,88%
	3 o más intentos	65	12,77%
	NS- NR	27	5,30%
Ha tenido Negocio propio	Si	261	51,28%
	No	203	39,88%
	NS- NR	45	8,84%

La tabla 6, resume la sección de preguntas encaminadas a la caracterización de la actividad emprendedora. Las cuales fueron de selección múltiple con múltiple respuesta. De los 509 encuestados sólo 261 ha tenido empresa, que corresponde al 51.28% del total de la muestra.

De los 261 estudiantes que han tenido empresa propia el 72.03% ha iniciado el negocio con socios, frente a un 27.97% que han iniciado el emprendimiento solos. Las características más sobresalientes de los encuestados que han emprendido, es que en el 84.67% de los casos, el estudiante ha sido el fundador de la empresa, frente a un 8.05% que han comprado. Por otro lado, el 72.03% ha aportado al emprendimiento gestión, frente a un 54.79% que ha aportado capital y gestión. En relación al tipo de empresa que se ha creado, el 52.11% han sido empresas del sector servicios, frente a un 37.93% en el sector comercial. En contraste, las empresas que se crean con menor frecuencia son las del sector de tecnología con tan solo un 7.28%.

En relación a los facilitadores para la creación de empresa propia, el estudio encuentra que el 65.52% de los encuestados consideraron que el conocimiento y la experiencia es el principal facilitador para iniciar una nueva empresa. Seguido por el 52.11% que considera que es la pasión de emprender y el 39.46% que el facilitador es la familia y amigos. En relación a las fuentes de financiación más utilizadas en el emprendimiento, se encontró que en el 78.54% de los casos, inician sus emprendimientos con recursos propios, el 48.66% con préstamo bancario, el 37.16% con capital de familia y amigos y solo el 0.38% con *business angel* (Ver tabla 6).

Tabla 6
Caracterización de la actividad emprendedora

	Ítem	Número	Porcentaje
Como inicio el negocio	Sólo	73	27,97%
	Socios	188	72,03%
En el emprendimiento fui	Fundador	221	84,67%
	Herederero	17	6,51%
	Comprador	21	8,05%
	NS- NR	2	0,77%
Aporte en el emprendimiento	Tecnología	29	11,11%
	Gestión	188	72,03%
	Capital	143	54,79%
Tipo de empresa	Comercial	99	37,93%
	Manufactura	43	16,48%
	Servicios	136	52,11%
	Tecnología	19	7,28%
Facilitadores para tener empresa propia	Pasión emprendedor	136	52,11%
	Familia y amigos	103	39,46%
	Socio capitalista	10	3,83%
	Conocimiento y experiencia	171	65,52%
	Desempleo	10	3,83%
Fuentes de financiación que utilizó	Familia y amigos	97	37,16%
	Business angel	1	0,38%
	Venture capital	0	0,00%
	Préstamo bancario	127	48,66%
	Recursos Propios	205	78,54%

La tabla 7 resume los resultados de la muestra referente a la posición que el estudiante fundador ha tenido en el emprendimiento. Esta pregunta fue de selección múltiple con única respuesta. El 38.7% de los encuestados fue el gerente general en la empresa que inició, frente al 26.05% que fueron sólo socios capitalistas.

Tabla 7
Posición del fundador en la nueva empresa

	Ítem	Número	Porcentaje
Posición en la empresa de emprendimiento	Gerente General	101	38,70%
	Gerente Financiero	14	5,36%
	Gerente de Ventas	8	3,07%
	Gerente de operaciones	16	6,13%
	solo socio	68	26,05%
	Otro	28	10,73%
	NS- NR	26	9,96%

3.5. Caracterización de la muestra que no ha emprendido

En esta sección del estudio se muestran los resultados de los estudiantes que no han tenido la intención de emprender y por qué hasta el momento no les anima crear una nueva empresa. Se realizaron dos preguntas de opción múltiple con múltiple respuesta. El 67.43% de los encuestados consideraron como principal impedimento el miedo a perder su posición económica, mientras que el 63.6% manifestaron que era la falta de tiempo, seguido por un 38.7% que era la falta de dinero (ver tabla 8).

Tabla 8
Razones por las que no se ha emprendido

	Ítem	Número	Porcentaje
Impedimentos para tener empresa propia	Falta de dinero	101	38,70%
	Miedo perder posición Falta de experiencia	176	67,43%
	Falta de experiencia	65	24,90%
	Riesgo	50	19,16%
	Falta de socio	30	11,49%
	Falta de tiempo	166	63,60%
	Falta animo	41	15,71%

En relación a las razones que no animan a los encuestados a tener su propia empresa se encuentra que: el 89.27% de los encuestados consideraron que la razón principal para no emprender era la tranquilidad de tener un ingreso fijo mensual, seguido por un 27.97% que dijeron que tenían más habilidades como directivos que como emprendedores. Por último, el 20.31% no se ha planteado nunca la idea de ser emprendedor (Ver tabla 9).

Tabla 9
Razones que no animan al emprendimiento

	Ítem	Número	Porcentaje
Razones que no le animan a tener su empresa	Tranquilidad del ingreso fijo	233	89,27%
	Herencia del negocio	25	9,58%
	Mejor directivo	73	27,97%
	Competencia	17	6,51%
	No planteado	53	20,31%
	Edad	10	3,83%

Finalmente, El 77.21% de los encuestados consideraron que los cursos de emprendimiento y la elaboración del plan de negocios influenciaron muchísimo y mucho su intención de emprender. Para el 92.73% de la muestra, la maestría en su conjunto motivó muchísimo y mucho para llevar a cabo nuevos emprendimientos (ver Tabla 10), pero para el mediano y largo plazo.

Tabla 10
Cursos de emprendimiento e influencia en emprender

	Ítem	Número	Porcentaje
El curso de emprendimiento y la elaboración del plan de negocios creó inquietudes en el espíritu emprendedor	Definitivamente no	4	0,79%
	De alguna forma	9	1,77%
	Un poco	24	4,72%
	Mucho	148	29,08%
	Muchísimo	245	48,13%
	NS-NR	79	15,52%
La maestría infundió nuevas energías para llevar a cabo emprendimientos nuevos	Definitivamente no	1	0,20%
	De alguna forma	8	1,57%
	Un poco	24	4,72%
	Mucho	152	29,86%
	Muchísimo	320	62,87%
	NS-NR	4	0,79%

4. Conclusiones

Este paper analizó de forma descriptiva la influencia de los cursos de emprendimiento en los ejecutivos estudiantes de maestría en administración frente a la intención de emprender o no y su acción empresarial. El instrumento utilizado permitió recopilar información de los ejecutivos estudiantes frente a cuatro aspectos: información básica, profesional, laboral e intención y actividad emprendedora. Este estudio partió de la premisa, que es necesario adoptar modelos educativos orientados al emprendimiento y en donde se desarrollen el conocimiento, habilidades y perfiles personales necesarios para emprender y para que se creen empresas diferenciales, que sean sostenibles en el tiempo. A través de la revisión de literatura se puede apreciar y soportar que son más los puntos a favor que en contra que reciben los cursos de emprendimiento en los programas de maestría. En estos cursos se estimulan y potencializan habilidades emprendedoras, necesarias y requeridas en el mundo actual. Además, se sensibiliza a importantes directivos sobre el tema y se les muestra que hay otras opciones, como lo es la creación de nuevas empresas. Proporcionándoles herramientas y conocimientos de aciertos y desaciertos de empresarios con amplia trayectoria y reconocidos a nivel nacional e internacional. Es probable que los estudiantes no creen empresa inmediatamente después de terminar la maestría, pero lo que sí se puede lograr, es que estén más informados sobre el tema y les genere inquietud, curiosidad y nuevas motivaciones.

Los resultados permiten concluir, que de las 509 encuestas válidas para este estudio, el 88.40% tuvo la intención de emprender en algún momento de su vida, sin embargo, sólo el 51.28% tuvo al menos una empresa propia. Estos emprendedores consideraron que el principal facilitador para el emprendimiento fue el conocimiento y la experiencia que desarrollaron en su vida profesional en un sector económico específico. Durante este proceso de iniciar y empezar a gestionar su propia empresa, se pudieron explorar algunos datos: el 72.03% inició con socios y fueron fundadores el 84.67%. El aporte a sus emprendimientos fue en mayor proporción la gestión. Las empresas creadas con mayor frecuencia pertenecían al sector servicios. En el 78.54% la principal fuente de financiación fue recursos propios. Sorprende que la figura *Business Angels* sólo fue utilizada por el 0.38% de la muestra ya que en la literatura se encuentra que esta figura es muy utilizada en el Start-up. Asombra que a pesar que los estudiantes tienen el conocimiento de esta figura de financiación, argumentos para evaluar sus beneficios, planes de negocios estructurados y retroalimentados por expertos de diferentes sectores económicos, esta fuente de financiación fue mínimamente utilizada en sus emprendimientos.

Por otro lado, al indagar respecto a los principales impedimentos y razones por las cuales los encuestados no han tenido la intención de emprender, se encontró que se debe al miedo de perder su posición laboral y a la tranquilidad que genera tener un ingreso fijo mensual. Si se revisa la caracterización de la muestra, es coherente que para este tipo de directivos sea difícil bajar el escalón.

Con respecto a la influencia del curso de emprendimiento en la intención de emprender se obtuvieron los siguientes datos: el 77.21% de los encuestados consideraron que el curso y la elaboración del plan de negocios influenciaron muchísimo y mucho en la intención de emprender y para los que ya habían iniciado su empresa el plan de negocios fue una herramienta para encontrar nuevas oportunidades. El 82.73% de los estudiantes consideraron que la maestría infundió muchísimas y muchas motivaciones para llevar a cabo nuevos emprendimientos o potencializar los existentes.

Para la siguiente etapa de esta investigación, se realizarán relaciones estadísticas entre las variables mediante regresiones logísticas, para poder entregar a la comunidad académica resultados que generen nuevo conocimiento frente a la influencia de los cursos de emprendimiento en programas de Maestrías en Administración y, soportar estadísticamente, una probable correlación entre la sostenibilidad de las empresas creadas y la formación en emprendimiento.

Referencias bibliográficas

- AJZEN, Icek. **The theory of planned behavior.** *Organizational behavior and human decision processes.* Vol. 50, 1991, pp. 79–211.
- ASKUN, Bige y YILDIRIM, Nihan. **Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: creating entrepreneurs or not?** *Procedia-Social and Behavioral Sciences.* Vol. 24, 2011, pp. 663-676.
- AUTIO, Erkkko, KEELEY, Robert. H., KLOFSTEN, Magnus, PARKER, George G. y HAY, Michael. **Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA.** *Enterprise and Innovation Management Studies.* Vol. 2, 2010, Núm.2, pp. 145–160. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14632440110094632>
- BAKOTIC, Danica, y KRUZIC, D. **Students' Perceptions and Intentions Towards Entrepreneurship: The Empirical Findings From Croatia.** *The Business Review.* Vol. 14, 2010, núm. 2, pp. 216-221.
- BARBOSA, Saulo, D., GERHARDT, Megan W., KICKUL, Jill, R. **The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions.** *Journal of Leadership and Organizational Studies.* Vol. 13, 2007, núm. 4, pp. 86-104.
- BEN NASR, Khaoula y BOUJELBENE, Younes. **Assessing the impact of entrepreneurship education.** *Procedia - Social and Behavioral Sciences.* Vol. 109, 2014, pp. 712-715.
- BIRD, Barbara. **Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention.** *The Academy of Management Review.* Vol. 13, 1988, núm. 3, pp. 442-453.
- CARO-GONZÁLEZ, Francisco, J., SÁNCHEZ-TORNÉ, Isadora, y ROMERO-BENABENT, Helios. **El modelo TCP aplicado a la formación en emprendimiento de los estudiantes en comunicación.** *Revista Espacios.* Vol. 39, 2018, núm. 2, pp. 7. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n02/18390207.html#iden2>
- CASTILLO, John. O. **Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia.** *Revista EAN.* Vol. 66, 2013, pp. 67-84.
- DEMARTINO, Richard y BARBATO, Robert. **An analysis of the motivational factors of intending entrepreneurs.** *Journal of Small Business Strategy.* Vol.13, 2015, núm. 2, pp. 26-36.
- FARRINGTON, Shelley, GRAY, Beverley y SHARP, Gary. **Perceptions of an Entrepreneurial Career: Do Small Business Owner and University Students Concur?** *Management Dynamics.* Vol. 20, 2011, núm. 2, pp. 35-57.
- FAYOLLE, Alain y GAILLY, Benoit. **From craft to science teaching models and learning processes in Entrepreneurship education.** *Journal of European Industrial Training.* Vol. 32, 2008, núm. 7, pp. 569-593.
- HARRIS, Michael, L. y GIBSON, Shanan, G. **Examining the entrepreneurial Attitudes of US business students.** *Education þ Training.* Vol. 50, 2008, núm. 7, pp. 568-581.
- IZQUIERDO, Edgar y BUELENS, Marc. **Competing models of entrepreneurial intentions: the influence of entrepreneurial self-efficacy and attitudes.** Conferencia dictada durante el Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, IntEnt2008 Conference, 17–20 Julio 2008.
- JONES, Colin y ENGLISH, Jack. **A contemporary Approach to Entrepreneurship Education.** *Education þ Training.* Vol. 46, 2004, núm. 8/9, pp. 416-423.
- KADIR, Mumtaz, B., SALIM, Munirah y KAMARUDIN, Halimahton. **The relationship between educational support and entrepreneurial intentions in Malaysian higher learning institution.** *Procedia-Social and Behavioral Sciences.* Vol. 69, 2012, pp. 2164-2173.
- KICKUL, Jill, GUNDRY, Lisa, K., BARBOSA, Saulo, D., y WHITCANACK, Laney. **Intuition versus analysis? Testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process.** *Entrepreneurship Theory and Practice.* Vol. 33, 2009, núm. 2, pp. 439-453.
- LEITCH, Claire, HAZLETT, Shirley, A., y PITTAWAY, Luke. **Entrepreneurship education and context.** *Entrepreneurship & Regional Development.* Vol. 24, 2012, núm.9-10, pp. 733-740.

LERNER, Josh, MALMENDIER, Ulrike. **With a little help from my (random) friends: Success and failure in post-business school entrepreneurship.** *Review of Financial Studies*. Vol. 26, 2013, núm 10, pp. 2411-2452.

LOPE, Zaidatol, A., BAGHERI, Afsaneh y ABDULLAH, Haslinda. **Knowledge of cognition and entrepreneurial intentions: Implications for learning entrepreneurship in public and private universities.** *Social and Behavioral Sciences*. Vol. 97, 2013, pp. 174-181.

MARTIN, Bruce, C., MCNALLY, Jeffrey, J., y KAY, Michael, J. **Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes.** *Journal of Business Venturing*. Vol. 28, 2013, núm. 2, pp. 211-224.

MITCHELL, Ronald, K., BUSENITZ, Lowell, LANT, Theresa., MCDUGALL, Patricia, P., MORSE, Eric, A., y SMITH, Brock. **Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research.** *Entrepreneurship Theory & Practice*. Vol. 27, 2002, núm. 2, pp. 93-104.

MUSHTAQ, Ahmad, NIAZI, C.S.K., HUNJRA, Ahmed, I., y REHMAN, Kashif, U. **Planned behavior entrepreneurship and intention to create a new venture among young graduates.** *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*. Vol. 6, 2011, núm. 3, pp. 437-456.

PACKHAM, Gary, JONES, Paul, MILLER, Christopher, PICKERNELL, David y THOMAS, Brychan. **Attitudes towards Entrepreneurship education: A comparative analysis.** *Education þ Training*. Vol. 52, 2010, núm. 8/9, pp. 568-586.

RAPOSO, Mário y DO PAÇO, Arminda. **Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity.** *Psicothema*. Vol. 23, 2011, núm. 3, pp. 453-457.

REYNOLDS, Paul, STOREY, David, J., y WESTHEAD, Paul. **Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates.** *Regional Studies*. Vol. 28, 1994, pp. 443-456.

SÁNCHEZ, José, C. **Entrepreneurial intentions: The role of the cognitive variables.** In: Thierry Burger-Helmchen (Ed.). *Entrepreneurship - Born, Made and Educated*, New York. 2012.

SHANE, Scott. **Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation.** Edward Elgar Publishing, Cheltenham, U.K. 2004.

SONDARI, Mery, C. **Is Entrepreneurship Education Really Needed? Examining the Antecedent of Entrepreneurial Career Intention.** *Social and Behavioral Sciences*. Vol. 115, 2014, pp. 44 - 53.

SOUTARIS, Vangelis, ZERBINATI, Stefania y AL-LAHAM, Andreas. **Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources.** *Journal of Business Venturing*. Vol. 22, 2007, pp. 566-591.

THOMPSON, Edmund. R. **Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric.** *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 33, 2009, núm. 3, pp. 669-694.

TURKER, Duygu y SELCUK, Senem, S. **Which Factors Affect Entrepreneurial Intention of University Students?** *Journal of European Industrial Training*. Vol. 33, 2009, núm. 2, pp. 142-159.

VARELA, Rodrigo y BEDOYA, Olga, L. **Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial basado en competencias.** *Estudios Gerenciales*. Vol. 22, 2006, núm. 100, pp. 1-23.

VÁZQUEZ, José, L., LLANERO, Ana, GUTIÉRREZ, Pablo y GARCÍA, María, P. **Fostering Entrepreneurship at the University: A Spanish Empirical Study.** *Transylvanian Review of Administrative Sciences*. Vol. 32, 2011, pp. 252-276.

VON GRAEVENITZ, G., HARHOFF, D., y WEBER, R. **The effects of entrepreneurship education.** *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 76, 2010, núm. 1, pp. 90-

WATCHRAVESRINGKAN, Kittichai, T., HODGES, Nancy, N., YURCHISIN, Jennifer, HEGLAND Jane, KARPOVA, Elena, MARCKETTI, Sara y YAN, Ruoh-nan. **Modeling entrepreneurial career intentions among undergraduates: An examination of the moderating role of entrepreneurial knowledge and skills.** *Family and Consumer Sciences Research Journal*. Vol. 41, 2013, núm. 3, pp. 325-342.

WELSH, Dianne, H., TULLAR, William, L., y NEMATİ, Hamid. **Entrepreneurship education: Process, method, or both?** *Journal of Innovation & Knowledge*. Vol. 1, 2016, núm. 3, pp. 125-132.

WU, Sizong, y WU, Lingfei. **The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China.** *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 15, 2008, núm. 4, pp. 752-774.

1. Magister en Diseño y Gestión de Procesos e Ingeniera Industrial. Profesora Asistente, Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de La Sabana. Chía – Colombia. Mariasc@unisabana.edu.co

2. Master on Business Administration, Administradora de Instituciones de Servicio, Profesora y Jefe de Departamento Servicio, Hospitalidad y Calidad, Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de La Sabana. Chía – Colombia. luisa.zapata1@unisabana.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 40 (Nº 19) Año 2019

[\[Índice\]](#)

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]