

Perfil emprendedor en estudiantes de educación superior chilenos

Felipe Quintano-Méndez, Mg.^a

Universidad de La Frontera, Chile
Universidad Santo Tomás, Chile

Leonor Riquelme-Segura, Ph. D.^b

Universidad de La Frontera, Chile

Jorge Morales-Pizarro, Ing.^c

Ingrid Balmaceda-Gallardo, Mg.^d

Gerald Manríquez-Bravo, Mg.^e

Instituto Profesional de Chile

✉ leonor.riquelme@ufrontera.cl

Resumen (analítico)

En la actualidad el emprendimiento ha alcanzado una posición relevante en la formación profesional. Por ello, la presente investigación buscó identificar perfiles emprendedores en estudiantes de la Escuela de Negocios y Administración del Instituto Profesional de Chile. Para lo cual se conformó una muestra no probabilística compuesta por 240 estudiantes. Los resultados obtenidos arrojaron un alto nivel de conductas emprendedoras, normas subjetivas, autoeficacia e intenciones emprendedoras, así como la descripción de cuatro clústeres: emprendedor intrínseco, emprendedor informal, emprendedor por necesidad y no emprendedor. Dichos resultados brindan nueva información sobre el emprendimiento en jóvenes, la que podría ser vinculada a procesos formativos, prácticas pedagógicas, capacitación del cuerpo docente, vinculación con el medio y diseños de perfil de egreso de estudiantes de las carreras de administración y negocios.

Palabras clave

Emprendimiento; desarrollo de competencias; educación profesional; jóvenes; análisis cuantitativo.

Tesaurus

Tesaurus de la Unesco.

Para citar este artículo

Quintano-Méndez, F., Riquelme-Segura, L., Morales-Pizarro, J., Balmaceda-Gallardo, I., & Manríquez-Bravo, G. (2025). Perfil emprendedor en estudiantes de educación superior chilenos. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 23(1), 1-24.

<https://doi.org/10.11600/rlcsnj.22.3.5407>

Historial

Recibido: 08.10.2022

Aceptado: 05.02.2024

Publicado: 22.11.2024

Información artículo

Esta investigación se enmarca en el proyecto de instauración del Centro de Proyectos e Innovación Productiva HUBs del Instituto Profesional de Chile. Investigación realizada entre el 01 de octubre del 2021 y el 28 de febrero del 2022. **Área:** ciencias sociales. **Subárea:** educación.

Entrepreneurial profile among Chilean higher education students

Abstract (analytical)

Entrepreneurship currently has a relevant position in vocational training. This study sought to identify entrepreneurial profiles among students in the Faculty of Business and Administration at the Instituto Profesional de Chile. A non-probabilistic sample of 240 students was used. The results of the research showed a high level of entrepreneurial behaviors, subjective norms, self-belief and entrepreneurial intentions, as well as the identification of four different profiles: natural entrepreneur, informal entrepreneur, entrepreneur due to necessity and non-entrepreneur. These results provide new information about entrepreneurship among young people that can be used to inform educational processes, pedagogical practices, teacher training, developing links with local settings and the design of graduate profiles for business and administration degrees.

Keywords

Entrepreneurship; competence development; vocational education; youth; quantitative analysis.

Perfil empreendedor em estudantes chilenos do ensino superior

Resumo (analítico)

Atualmente, o empreendedorismo alcançou uma posição relevante na formação profissional. Por isso, esta investigação procurou identificar perfis empreendedores em estudantes da Escola de Negócios e Administração do Instituto Profissional do Chile. Para o efeito, foi constituída uma amostra não probabilística de 240 estudantes. Os resultados obtidos revelaram um elevado nível de comportamentos empreendedores, normas subjectivas, auto-eficácia e intenções empreendedoras, bem como a descrição de quatro grupos: empreendedor intrínseco, empreendedor informal, empreendedor por necessidade e não-empreendedor. Estes resultados fornecem novas informações sobre o empreendedorismo nos jovens, que podem ser relacionadas com os processos educativos, as práticas pedagógicas, a formação de professores, a relação com o meio ambiente e a conceção do perfil do licenciado para os alunos dos cursos de gestão e administração.

Palavras-chave

Empreendedorismo; desenvolvimento de competências; educação profissional; jovens; análise quantitativa.

Información autores

(a) Licenciado en Sociología y Sociólogo, Universidad Católica de Temuco. Magíster en Psicología. Candidato a Doctor en Ciencias Sociales, Universidad de La Frontera. Escuela de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales y Comunicaciones, Universidad Santo Tomás, Temuco, Chile.  0000-0002-4955-1976. H5: 3. Correo electrónico: felipe.quintano@ufrontera.cl (b) Asistente Social. Magíster en Psicología y Magíster en Desarrollo Humano, Local y Regional. Doctora en Ciencias Sociales, Universidad de La Frontera. Departamento de Trabajo Social, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo, Programa de Becas/Doctorado Becas Chile/2020-21200848.  0000-0001-6154-5141. H5: 4. Correo electrónico: leonor.riquelme@ufrontera.cl (c) Ingeniero en Ejecución en Administración y Finanzas, Ingeniero Comercial y Magíster en Administración y Finanzas, Universidad Mayor. Escuela de Administración y Negocios del Instituto Profesional de Chile, Temuco, Chile.  0009-0004-8734-9519. H5: 0. Correo electrónico: jorge.morales@ipchile.cl (d) Licenciada en Administración de Empresas e Ingeniera Comercial, Universidad de las Américas. Magíster en Gestión Educacional, Universidad Europea de Madrid. Escuela de Administración y Negocios del Instituto Profesional de Chile, Santiago, Chile. H5: 0.  0009-0003-7100-4623. Correo electrónico: ingrid.balmaceda@ipchile.cl (e) Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas e Ingeniero Comercial, Universidad La República. Magíster en Dirección Comercial y Marketing, Universidad Mayor. Escuela de Administración, Negocios y Servicios del Instituto Profesional de Chile, Temuco, Chile.  0009-0009-1545-9555. H5: 0. Correo electrónico: gerald.manriquez@ipchile.cl

Introducción

Chile se destaca por ser un país con una mayor tasa de emprendimientos en comparación con países de la OCDE (Baier-Fuentes *et al.*, 2018). En este contexto, el emprendimiento ha sido fuente de gran interés por su promoción profesional y económica dentro de los distintos países y sociedades (Sepúlveda *et al.*, 2017); a su vez, está anclado a los cambios sociales dentro de los últimos veinte años, donde el foco en el emprendimiento da cuenta de un acople entre instituciones y el nuevo escenario mundial, donde se destaca la generación de conocimiento y avance tecnológico dentro del ámbito científico (Bueno & Casani, 2007).

Así mismo, investigaciones sobre el emprendimiento en jóvenes han sido ampliamente desarrolladas (Valenzuela-Keller *et al.*, 2021), captando la atención dentro la comunidad académica sobre este tema (Liñán & Fayolle, 2015; Vélez *et al.*, 2020). De acuerdo a lo anterior, una de las nuevas tareas de las universidades sería asumir el estímulo del emprendimiento dentro de la comunidad universitaria como una forma de aportar al desarrollo local y regional, acoplarse con los estímulos del entorno (Colther *et al.*, 2020; Heaton *et al.*, 2019; Sepúlveda *et al.*, 2017) y fortalecer el emprendimiento joven empresarial en un escenario de crisis de empleo (García-García, 2015).

Lo anterior es coherente con la tercera misión de la universidad, ya que esta se enfoca en el desarrollo y uso de la tecnología y del conocimiento más allá de sus lindes, como parte su rol social (Galindo *et al.*, 2011). Para desempeñar de mejor manera esta misión, se ha dividido en tres dimensiones: la primera apunta al emprendimiento como creador de valor; la segunda a la innovación y transferencia del conocimiento; y la tercera al compromiso social hacia el desarrollo local (González-Cadena *et al.*, 2021).

En este escenario, la enseñanza del emprendimiento ha alcanzado un auge a nivel universitario, materializándose en la integración de cursos y programas de emprendimiento en el currículo (Kuratko, 2003), en el marco del cuestionamiento de la relación entre la productividad del país y la educación (Vera-Sagredo *et al.*, 2020). Esto último toma vital relevancia considerando los impactos de la pandemia por covid-19 (Liñán & Jaén, 2022)

y, además, en el marco de la celebración de los 75 años de la educación empresarial, la cual continúa su desarrollo y atención global ante los cambios constantes del entorno (Winkler *et al.*, 2022).

Una formación adecuada sobre el emprendimiento permite el acceso a mayores conocimientos y una mejora en las actitudes hacia aquel (Winkler *et al.*, 2022). Con esto, los procesos formales de enseñanza universitaria dan cuenta de que la educación sobre el emprendimiento es la vía para su promoción (Fayolle *et al.*, 2016; Martins *et al.*, 2022; Valenzuela-Keller *et al.*, 2022); lo cual se articula a lo planteado por Krueger y Brazeal (1994), quienes indican que no basta con la existencia de la oportunidad para emprender, sino que personas formadas deben ser capaces de aprovecharla.

En este sentido, Beltrán *et al.* (2016) expresan que una alta exposición a experiencias de formación emprendedoras genera una mayor capacidad de desarrollo individual y en una mayor probabilidad de desarrollar un emprendimiento futuro. Así mismo, variables como el nivel de avance dentro de la carrera, la universidad o el género podrían influir las intenciones emprendedoras de los y las estudiantes (Byabashaija & Katono, 2011; Valencia-Arias & Marulanda-Valencia, 2019).

Por tanto, se observa como la enseñanza del emprendimiento se vincula con las trayectorias y experiencias de los propios estudiantes, siendo su formación de vital importancia dentro de las instituciones de educación superior.

Conceptualización del emprendedor/a

La figura del emprendedor se ha materializado como ejemplar dentro del neoliberalismo y se entiende como motor de la sociedad (Larroulet & Ramírez, 2007); además, es un elemento relevante para fomentar el crecimiento económico en las sociedades latinoamericanas (Camacho, 2007).

Larroulet y Ramírez (2007), describen al emprendedor como un sujeto racional capaz de generar y aprovechar oportunidad. A esto, Flores (1994) agrega que el emprendedor es

una persona o un grupo de personas que se comprometen a trabajar un mundo de anomalías en un espacio de preocupaciones humanas; que se compromete a hacerse cargo de cultivar un cierto estilo, la rareza del estilo y, finalmente, que crea un espacio nuevo para hacer esta organización. (1994, p. 9)

Para Lee y Peterson (2000), el espíritu emprendedor se presenta como un «don» adquirido y aprendido. Este permite a los individuos percibir oportunidades y combinar el conjunto de los factores productivos «clásicos» de manera novedosa para lanzar nuevos productos, satisfacer necesidades o mejorar la eficiencia de los procesos productivos existentes, incrementando, con ello, el producto y la riqueza de las colectividades. Por otro lado, Villa (2008) expresa que el espíritu emprendedor posee una consideración con el entorno social, ya que este se genera con el deseo y la capacidad de cambiar una situación propia o ajena, a fin de crear nuevas condiciones que sean de mayor beneficio para el individuo y el entorno social.

Tal como se viene relatando, no existe una única definición de emprender o emprendedor/a (Olozagaste *et al.*, 2017), siendo posible encontrar, en algunos casos, posturas contradictorias (Vera & Espinosa, 2020). En este sentido, Puello-Socarrás (2010), establece que se pueden identificar dos escuelas: la escuela anglosajona establece la figura del hombre económico y racional, mientras la escuela austriaca la del hombre emprendedor, como aquel que hace frente a los riesgos y cambios constantes del entorno. Puello-Socarrás (2010) plantea que, si bien existen diferencias sustanciales entre ambas figuras, estas poseen como centro de su configuración al individualismo. En este sentido, el emprendedor/a se habría transformado en una figura anecdótica que resaltaría particulares personales. Lo anterior, se arraigaría en el planteamiento de Ibarra (2008) de un superhombre, caracterizado por la experiencia, el rol, la preparación, la adaptabilidad y la personalidad.

Intenciones y motivaciones emprendedoras

La intención de emprender no se puede concebir como una idea sin acción, sino que ambas están ligadas como un proceso iterativo cognitivo (Pham *et al.*, 2021). Ello ha sido planteado por Ajzen (1991), bajo la *teoría del comportamiento planificado*, las cual establece que las actitudes, las normas subjetivas y la autoeficacia empresarial de la persona impactan en el desarrollo de la intención emprendedora (Donaldson *et al.*, 2021).

En este sentido, ya no solo se reconocen intenciones y motivaciones por emprender como la satisfacción de las necesidades, lo que puede variar de acuerdo a la personalidad y habilidad del sujeto (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2012), sino que también factores vinculados a la interacción social. Ello es un signo de la búsqueda teórica por robustecer las investigaciones sobre las motivaciones e intenciones emprendedoras (Marulanda *et al.*, 2014).

Acorde a las motivaciones del sujeto por emprender, dentro de la literatura emerge el concepto de *intenciones emprendedoras*. Estas pueden ser definidas como una valoración personal, que podría ser negativa o positiva hacia el emprendimiento (Ajzen, 1991). Así mismo, pueden ser conceptualizadas como el compromiso de realizar una conducta que impulsa el proceso de iniciación de un negocio (Palmer *et al.*, 2021).

Ante esto, Veciana (2005) presenta cinco factores que intervienen en la decisión de creación de una empresa: el primero se vincula a la identificación de una oportunidad empresarial; otro factor se relaciona con los factores de producción, seguido por el mercado en cual se desea funcionar, la estrategia a utilizar y la preparación de la persona con respecto a lo anterior. Esto se vincula estrechamente con los resultados de Liñán y Fayolle (2015), quienes dan cuenta que el área de mayor interés dentro de la academia hace alusión a cómo la personalidad y los aspectos psicológicos individuales impactan en las intenciones emprendedoras, además de características sociodemográficas.

Por su parte, el entorno social sería una variable incidente dentro de las intenciones emprendedoras, por lo cual las normas subjetivas podrían ser identificadas como la influencia social de personas relevantes para el sujeto, como la familia, amigos y compañeros de trabajo (Ajzen, 1991). A su vez, se ha identificado que aspectos culturales también se posicionan como una variable de incidencia tanto de las intenciones emprendedoras como en los mecanismos de emprendimiento (Liñán *et al.*, 2021), al impactar en un mayor o menor apoyo a este (Kibler *et al.*, 2014).

Por otro lado, es posible distinguir el emprendimiento por oportunidad (el cual se basa en la iniciativa de explotar una oportunidad como principal fuente de motivación) del emprendimiento por necesidad (que se establece cuando el contexto no ofrece alternativas de sustento económico; Benz, 2009). Con respecto a este último, se ha evidenciado que se desarrolla en economías más débiles, a diferencia del emprendimiento por oportunidad, el cual emerge mayormente en economías desarrolladas (Amorós *et al.*, 2011). Según Díaz *et al.* (2013), los países menos desarrollados impulsan emprendimientos al no existir otras maneras de empleabilidad. Además, se presenta un consenso académico respecto al bajo impacto que tiene el emprendimiento por necesidad en el crecimiento económico (Sautet, 2013).

En contraposición, el emprendimiento por innovación se consideraría el tipo que aporta al crecimiento económico. Es así que la distinción entre países cobra vital relevancia ya que, si bien la gran mayoría posee emprendimientos por innovación, su concentración sería más evidente en países desarrollados (Urbano *et al.*, 2016).

Otra forma de distinción del emprendimiento se establece en el grado de formalidad, donde el informal sería aquel en que el sujeto participaría activamente en la creación y organización de una empresa que no ha sido registrada de manera institucional ante instancias legales (Autio & Fu, 2015). Por su parte, el emprendimiento formal sería aquel registrado ante autoridades nacionales (Autio & Fu, 2015). Una investigación vinculada al emprendimiento formal e informal (Autio & Fu, 2015) arrojó que el emprendimiento informal ha tenido menor atención por parte de la academia (en comparación con el emprendimiento formal), debido a su dificultad de medición.

Ahora bien, en el actual escenario ético de impacto social y medioambiental, surge el emprendimiento social. Este busca solucionar problemáticas que aquejan a la población desde un punto de vista privado, de manera que los objetivos sociales se posicionarían por sobre los económicos (Bargsted, 2013; Blanco *et al.*, 2012). El emprendimiento social buscaría recodificar las pautas y valores traspasados por el modelo neoliberal al centrarse en el individuo y en la búsqueda del beneficio personal, pero, a su vez, con una proyección en lo social (Blanco *et al.*, 2012). En efecto, se evidenciaría que las prácticas de emprendimientos sociales se destacarían por evaluar el impacto en las interacciones, tanto con la sociedad como con el medioambiente (Vera *et al.*, 2019). En este sentido, existiría una diferenciación entre el emprendedor tradicional y el social. El primero presentaría como principales motivaciones la competitividad y la autopromoción (Carter *et al.*, 2017). Por su parte, el emprendedor social buscaría la justicia y la equidad para los excluidos socialmente, centrando su motivación en el bien común (Carter *et al.*, 2017).

Jóvenes y emprendimiento

La juventud es considerada una etapa de búsqueda de identidad, en la que los y las jóvenes se enfrentan a una serie de procesos vinculados a la transición entre la adolescencia y ser adulto. En ella se evidencia una mayor autorregulación y un manejo económico más eficiente (Arnett, 2000; Barrera-Herrera & Vinet, 2017; Barrera-Herrera *et al.*, 2020), y el emprendimiento se posiciona como una forma de disminución de la incertidumbre ante un escenario de crisis del empleo (García-García, 2015).

En el caso específico de jóvenes (15 a 29 años de edad), el emprendimiento antes de la pandemia en países como México o España había alcanzado un significativo desinterés. Ello pudiese ser atribuido a varios factores, tanto culturales como contextuales, ya que las sociedades sometidas a un mayor nivel de incertidumbre se pueden diferenciar de aquellas con un menor nivel de riesgo (Olozagaste *et al.*, 2017). Del mismo modo, em-

prendedores jóvenes, aunque pueden ser más activos, poseen mayores problemas para la obtención de financiamiento, producto a la falta de credibilidad y experiencia (Dvouletý *et al.*, 2018).

Una investigación realizada por Valenzuela-Keller *et al.* (2021), en la cual participaron 380 jóvenes chilenos de la ciudad de Talca, entre 18 y 25 años de edad, da cuenta que la exposición a actividades emprendedoras impactaría favorablemente en el nivel de motivación por emprender, transformando a la edad en un factor clave. Por lo cual sería necesario focalizar estrategias de enseñanza y aprendizaje según rangos etarios.

De igual forma, en Chile, una investigación llevada a cabo en la ciudad de Antofagasta (Gaete, 2015), obtuvo que voluntariados universitarios brindarían una importante oportunidad para vincular la comunidad con las instituciones educacionales, debido a que estudiantes pueden aportar con conocimientos en gestión y apoyar la búsqueda de emprendimientos más sustentables.

En base a lo expuesto, resulta relevante la caracterización de perfiles emprendedores de estudiantes, a fin de proporcionar información que contribuya a los procesos educativos, tanto curriculares como pedagógicos, que vinculen la formación de futuros profesionales con el quehacer profesional, al modelo educativo universitario y al perfil de egreso en carreras donde el emprendimiento constituiría un eje central. Por ello, la presente investigación busca identificar perfiles emprendedores de estudiantes de la Escuela de Administración y Negocios del Instituto Profesional de Chile.

Método

Diseño

El enfoque de la investigación es cuantitativo y responde a un diseño transversal no experimental con alcance correlacional (Cea, 1996; Hernández *et al.*, 2016).

Participantes

A través de un muestreo no probabilístico por conveniencia (Cea, 1996), se seleccionaron estudiantes de primer a cuarto año de las distintas carreras de la escuela de Negocios y Administración del Instituto Profesional de Chile, en las ciudades de La Serena, Santiago, Rancagua y Temuco, además de la sede virtual.

Un total de 269 estudiantes respondieron el instrumento, de los cuales 240 respuestas fueron consideradas válidas, luego de excluir casos atípicos y duplicados. El promedio de edad fue de 32.68 años ($DS = 9.17$), con una mediana de 32 años (entre 17 a 58 años de edad). Respecto al sexo, el 38.8 % se identificó como hombre y el 61.3 % se declaró como mujer. Por otro lado, el 28.3 % estudia en jornada diurna y un 71.7 % en jornada vespertina. Finalmente, del total de casos válidos, el 33.8 % manifestó poseer un emprendimiento, donde el 68.29 % correspondería a uno informal; un 63.8 % señaló intentar implementar algún tipo de emprendimiento y un 74.2 % de los estudiantes expresó que un familiar o amigo cercano posee un emprendimiento en la actualidad.

Instrumento

Se empleó el cuestionario de intención emprendedora diseñado por Rueda *et al.* (2015), el cual se integra de la escala de intención emprendedora y de tres componentes de la teoría del comportamiento planificado (actitud, norma subjetiva y autoeficacia), establecido por Ajzen (1991). La escala de intención emprendedora posee cuatro ítems, con puntuaciones que van de 1 a 7, donde 1 corresponde a *nada* y 7 a *totalmente*. Esta escala ha reportado una consistencia interna adecuada de .91 (Laguía *et al.*, 2017).

La subdimensión *actitud hacia la conducta emprendedora* posee un conglomerado de seis ítems con puntuaciones de 1 a 7, donde 1 = totalmente improbable y 7 = totalmente probable. Del mismo modo, posee otro grupo de seis ítems idénticos, cambiando la opción de respuesta, que va de 1 a 7, donde 1 = nada deseable y 7 = totalmente deseable. Presentando una consistencia interna adecuada de .82 (Laguía *et al.*, 2017).

La subdimensión *norma subjetiva* consta de tres ítems sobre la influencia de personas significativas para estudiantes (familiares, amigos y compañeros o colegas). Las opciones de respuesta son tipo Likert que van de 1 a 7, donde 1 = nada de acuerdo y 7 = totalmente de acuerdo. A su vez, posee otro conjunto de tres ítems, donde se diferencian por poseer puntuaciones que van de 1 a 7, donde 1 = nada importante y 7 = muy importante. Presenta una consistencia interna adecuada de .83 (Laguía *et al.*, 2017).

Finalmente, la subdimensión de *autoeficacia emprendedora* consta de seis ítems con puntuaciones que van de 1 a 7, donde 1 = totalmente ineficaz y 7 = totalmente eficaz. Evidencia una consistencia interna adecuada de .77 (Laguía *et al.*, 2017).

En la presente investigación se reportó un alpha de Crombach de .950 para intención emprendedora, de .843 para la subdimensión actitud hacia la conducta emprende-

dora, de .959 para la subdimensión norma subjetiva y de .952 para subdimensión autoeficacia emprendedora.

Procedimiento

El cuestionario fue aplicado en línea a través de un enlace direccionado a estudiantes por los directores de carrera en cada una de las sedes del Instituto Profesional de Chile. El período de aplicación correspondió al mes de noviembre y la primera semana de diciembre de 2021, durante la emergencia sanitaria producida por el covid-19. Se procuró que la aplicación no fuera realizada de manera paralela con los exámenes finales. El tiempo considerado para contestar el cuestionario fue de ocho minutos aproximadamente.

Análisis de datos

Los datos fueron procesados en el *software* SPSS (versión 23). En un primer momento se procedió a excluir del análisis los casos duplicados y los datos atípicos por medio del puntaje *z* (Myers, 2011). Gracias al procedimiento anterior, la muestra se logró establecer en 240 casos. Posteriormente, se realizaron análisis estadísticos univariantes considerando medidas de tendencia central, dispersión y forma para las variables de caracterización y las variables de análisis de la escala de intenciones emprendedoras. Paralelamente, se procedió a establecer un análisis de correlación, con la finalidad de observar asociaciones entre las subdimensiones de la escala de intenciones emprendedoras (Blalock, 1994; Ritchey, 2008).

Para la generación de clústeres (Hair *et al.*, 1999; Vivanco, 1999), se ingresaron los ítems de las variables de la escala de intenciones emprendedoras (actitud, norma subjetiva y autoeficacia) e intención emprendedora, mediante el Two Step Clusters Analyses no jerárquico en el *software* SPSS. Para la determinación de los conglomerados se utilizó la medida de *log-likelihood* y el criterio bayesiano de Schwartz para su aglomeración (Hair *et al.*, 1999; Vivanco, 1999). Las diferencias entre clústeres, en cuanto a las medidas del perfil emprendedor, se realizaron mediante análisis de Anova de un factor. Para determinar el tamaño del efecto se recurrió a la D-Cohen (Cohen, 1988), reportado en el *software* Jasp. Finalmente, el cálculo de la potencia estadística se realizó al modelo Anova, en modo *post hoc*, mediante el *software* G*Power.

Consideraciones éticas

La participación fue totalmente voluntaria, quedando esto expresado en la presentación del cuestionario, donde se indicaba que él o la estudiante estaba en la libertad de abandonar el cuestionario en el momento que estimase conveniente. Además, no se solicitó información que permitiese individualizar o identificar a estudiantes a fin de resguardar su identidad.

Resultados

Análisis exploratorio

El análisis exploratorio de las variables vinculadas a las subdimensiones evidenció una alta valoración de las distintas variables, considerando que la moda es igual al puntaje máximo de cada escala, además de una mediana y media cercanas al 7. Esta fue una posición generalizada dentro de los estudiantes, quienes presentaron una baja variabilidad de los datos.

La escala con menor valoración, en comparación con las otras variables, hace alusión a la norma subjetiva (tabla 1). No obstante, se observa una alta valoración del apoyo e influencia de familiares, amigos y cercanos en cuanto a intenciones emprendedoras. Del mismo modo, se observa que los estudiantes consideran de gran relevancia la generación de emprendimientos asociados a la motivación social y personal.

Tabla 1

Estadísticos descriptivos escala de intenciones emprendedoras

		Actitudes hacia la conducta emprendedora	Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora
N	Válido	240	240	240	240
	Perdidos	0	0	0	0
Media		6.02	5.56	6.11	6.22
Moda		7	7	7	7
Desviación estándar		1.12	1.56	1.13	1.09
Asimetría		-1.58	-1.03	-1.76	-1.48
Curtosis		1.984	.23	2.885	1.59
Mínimo		2	1	2	2
Máximo		7	7	7	7

Si observamos la normalidad desde estadísticos como Kolmogorov, se obtiene un nivel de significancia que rechaza H_0 , es decir, los datos no son normales ($p < .0001$). No obstante, estas medidas son restrictivas cuando se trabaja desde las ciencias sociales. Por ello, se suele optar por el estadístico de asimetría para comprobar la normalidad de los datos cuando la medida de medición es categórica, considerando un rango entre -2 y 2 para demostrar la normalidad de los datos (Field, 2009; Gravetter & Wallnau, 2014; Trochim & Donnelly, 2006). Ante esto último, se puede indicar que los datos poseen una distribución normal, lo cual posibilita la aplicación de la técnica de Anova.

Respecto de la homocedasticidad, la prueba de Levene (1960) nos muestra que existe una diferencia significativa en conducta emprendedora, norma subjetiva, autoeficacia emprendedora e intención emprendedora ($p < .05$), por lo que no se cumple el supuesto de homogeneidad de la varianza, mientras que la variable edad sí lo cumple ($p = .302$).

En lo que respecta a las asociaciones entre las distintas variables, se observó la existencia de una relación estadísticamente significativa y moderada entre actitudes, autoeficacia e intención emprendedora (tabla 2). Cabe mencionar que, si bien es significativa la relación, la norma subjetiva posee una asociación baja con las demás subdimensiones.

Tabla 2
Correlaciones bivariantes intenciones emprendedoras

		Norma subjetiva	Autoeficacia emprendedora	Intención emprendedora
Actitudes hacia la conducta emprendedora	Correlación de Pearson	.379**	.639**	.543**
	Sig. (bilateral)	$p < .0001$	$p < .0001$	$p < .0001$
	N	240	240	240
Norma subjetiva	Correlación de Pearson		.366**	.304**
	Sig. (bilateral)		$p < .0001$	$p < .0001$
	N		240	240
Autoeficacia emprendedora	Correlación de Pearson			.611**
	Sig. (bilateral)			$p < .0001$
	N			240

Nota. **La correlación es significativa en el nivel .01 (bilateral).

Perfiles de intenciones emprendedoras

El análisis de clúster bietápico dio cuenta de cuatro perfiles emprendedores en estudiantes de la escuela de Negocios y Administración del Instituto Profesional de Chile. La conformación de clúster arrojó una medida de cohesión y separación de .2, considerado como suficiente para la distinción entre los distintos perfiles. Los ítems que más aportaron a la conformación del clúster fueron «mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa», «definir idea de negocio y la estratégica de una nueva empresa», «reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos o servicios» y «enfrentarse a nuevos retos». El primer clúster quedó compuesto por 120 casos (50 %), el segundo por 60 (25 %), el tercero por 36 (15 %) y el cuarto por 24 (10 %).

El primer clúster se caracterizó por estar mayoritariamente compuesto por mujeres (61.7 %), con una media de 32 años ($DS = 8.9$), con un mínimo de 17 y un máximo de 56 años, quienes estudian en jornada vespertina (65.8 %) y con un rango de año de ingreso que comprende desde el 2016 al 2021. Por otro lado, el 40 % posee actualmente un emprendimiento, del cual el 71.4 % declaró que es informal. Del mismo modo, el 71.7 % del total expresó que ha intentado implementar un emprendimiento. En lo que respecta a familiares y amigos cercanos, el 74.2 % declaró que sí poseen un emprendimiento, del cual el 38 % era informal. Finalmente, este clúster se destacó por poseer una media superior en las actitudes hacia la conducta emprendedora ($M = 6.6$; $DT = .5$), norma subjetiva ($M = 5.9$; $DT = 1.5$), autoeficacia emprendedora ($M = 6.7$; $DT = .3$) e intención emprendedora ($M = 6.6$; $DT = .7$) en comparación a los demás conglomerados.

El segundo clúster quedó compuesto en su mayoría por mujeres, siendo levemente mayor al primer clúster (65 %). El promedio de edad se posicionó en los 31 años ($DS = 9.3$), con un mínimo de 18 y un máximo de 55 años. Un 76 % estudiaba en jornada vespertina y tenía un rango de año de ingreso entre 2015 al 2021. El 30 % declaró poseer un emprendimiento, siendo un porcentaje inferior al clúster 1. Del total de quienes poseen uno, el 77.7 % indicó que era informal. Por otro lado, el porcentaje de estudiantes que había intentado implementar un emprendimiento es menor al clúster 1, llegando al 65 %. En cuanto al porcentaje de familiares y amigos cercanos que poseía un emprendimiento, se obtuvo un porcentaje cercano al primer clúster, posicionándose en un 73.3 %, del cual el 36.9 % era informal. En cuanto a las medidas de emprendimiento, si bien presentó medidas menores al clúster anterior, continuó siendo superior al punto medio y por sobre los clústeres 3 y 4. Los estadísticos descriptivos fueron: $M = 6.2$ ($DT = .3$) para las actitudes

hacia la conducta emprendedora, $M = 5.8$ ($DT = .9$) para norma subjetiva, $M = 6.1$ ($DT = .4$) para autoeficacia emprendedora y $M = 6.3$ ($DT = .6$) para intención emprendedora.

El tercer clúster presentó un 50 % de mujeres, lo cual lo diferencia de los anteriores, ya que poseían un porcentaje mayor de mujeres. El promedio de edad se posicionó en 32.3 años ($DS = 10.6$), con edades entre 20 a 58 años. Un mayor porcentaje estudiaba en jornada vespertina en comparación con los dos clústeres previos, correspondiendo al 86.1 % y con rango de ingreso entre 2013 y 2021. En lo que respecta a las características de prácticas emprendedoras, el 19.4 % posee un emprendimiento, lo que lo posiciona como el grupo con menor nivel de los cuatro clústeres. Del 100 % que poseía uno, el 42.8 % era informal, presentando un mayor nivel de formalidad que los clústeres 1 y 2. Lo anterior se vincula con las intenciones de emprender un negocio, ya que el 38.9 % ha intentado implementar un emprendimiento y el 77.8 % de los familiares o amigos cercanos sí posee uno. El clúster presentó los siguientes estadísticos descriptivos para actitudes hacia la conducta emprendedora: $M = 5.0$ ($DT = .6$), para norma subjetiva $M = 4.8$ ($DT = 1.5$), para autoeficacia emprendedora $M = 5.2$ ($DT = .6$) y para intención emprendedora $M = 5.0$ ($DT = .7$).

El cuarto clúster se caracterizó por ser el conglomerado con mayor porcentaje de mujeres, correspondiente al 66.7 %, con un promedio de edad de 34.1 % ($DS = 7.87$) y edades entre los 19 y 49 años. El 66.7 % estudiaba en jornada vespertina y el 33.3 % ingresó en un rango desde el 2015 al 2021. Por otro lado, el 66.7 % poseía un emprendimiento, del cual el 50 % era informal. De este grupo, el 58.3 % había intentado implementar uno y el 70.8 % tenía un familiar o amigo cercano con un emprendimiento. Finalmente, este clúster presentó los siguientes estadísticos descriptivos para actitudes hacia la conducta emprendedora: $M = 3.7$ ($DT = 1.2$), para norma subjetiva $M = 4.0$ ($DT = 1.6$), para autoeficacia emprendedora $M = 4.2$ ($DT = 1.9$) y para intención emprendedora $M = 5.3$ ($DT = 1.8$).

Al momento de estudiar las diferencias entre los clústeres, se procedió a observar los resultados del análisis de Anova. Este indicó una diferencia estadísticamente significativa entre los clusters para actitudes hacia las conductas emprendedoras ($X^2(2) = 184.933$, $p < .0001$, $d_{Cohen} = .702$), para norma subjetiva ($X^2(2) = 16.348$, $p < .0001$; $d_{Cohen} = .172$), para autoeficacia emprendedora ($X^2(2) = 96.615$, $p < .0001$; $d_{Cohen} = .551$) y para intención emprendedora ($X^2(2) = 43.663$, $p < .0001$; $d_{Cohen} = .357$). Por otro lado, no se observó una diferencia estadísticamente significativa según edad ($X^2(2) = .395$, $p = .757$; $d_{Cohen} = .005$). En cuanto al tamaño de efecto los resultados reportados (d_{Cohen}), estos dan cuenta de la existencia de un moderado efecto para conductas emprendedoras y autoeficacia emprendedo-

ra, de un pequeño efecto para intención emprendedora y la inexistencia de efecto para norma subjetiva y la variable edad al presentar valores menores a .20 (Cohen, 1988).

Cabe destacar que el cálculo de potencia estadística arrojó un valor de 1.0 para actitudes hacia las conductas emprendedoras, de 1.0 para para autoeficacia emprendedora y de .99 para intención emprendedora. Un valor igual o superior a .80 implicaría un bajo riesgo de incurrir en un error tipo II y que la magnitud de las diferencias entre las medias de los grupos es alta. En cambio, el cálculo de potencia estadística para norma subjetiva arrojó un valor de .75, lo cual implicaría una menor capacidad predictiva para medir significativamente el efecto (Cárdenas & Arancibia, 2014; Glantz, 2006).

De manera complementaria, se procedió a realizar la prueba *post hoc* de Games Howell, la cual asume varianzas heterogéneas. Sus resultados son coherentes con los reportados con anterioridad, ya que se observa una diferencia estadísticamente significativa ($p < .0001$) entre los cuatros clústeres para las actitudes hacia conducta emprendedora, como también para intención emprendedora. Esto no sucede para norma subjetiva, donde se observó que no existe una diferencia estadísticamente significativa entre los clústeres 1 y 2 ($p = .999$), 3 y 4 ($p = .213$). Finalmente, para autoeficacia emprendedora no existe una diferencia estadísticamente significativa entre el clúster 3 y 4 ($p = .097$).

En resumen, el primer clúster podría ser entendido como el grupo con un mayor perfil emprendedor intrínseco y con un alto porcentaje de emprendedores (solo por debajo del clúster 4) y con un mayor porcentaje de personas cercanas con un emprendimiento. En cambio, el grupo 2 podría ser entendido como aquellos con un alto perfil emprendedor informal, destacando por su alto perfil emprendedor y mayor porcentaje de personas sin un emprendimiento formal. En cambio, el tercer clúster, podría ser visto como el de los no emprendedores, ya que solo el 19 % posee un emprendimiento y estaría compuesto por un mayor porcentaje de hombres y con un menor puntaje dentro de las medidas del perfil emprendedor. Finalmente, el cuarto clúster podría ser comprendido como los emprendedores por necesidad, ya que si bien presenta un alto porcentaje de estudiantes que tienen un emprendimiento, es aquel grupo con una menor puntuación dentro del perfil emprendedor, denotando que sus emprendimientos no surgen desde la motivación del perfil tradicional teórico del emprendedor, sino que se habrían sido motivados por otras necesidades al iniciar un negocio propio.

Discusión

El objetivo de la presente investigación fue identificar los perfiles emprendedores de estudiantes de la Escuela de Negocios y Administración del Instituto Profesional de Chile. Lo anterior, sustentado en el interés que estos poseen dentro de las distintas instituciones de educación superior como medio para acoplar el quehacer científico, el traspaso del conocimiento y la tecnología y el desarrollo local (Bueno & Casani, 2007; Colther *et al.*, 2020; Galindo *et al.*, 2011; González-Cadena *et al.*, 2021; Heaton *et al.*, 2019; Sepúlveda *et al.*, 2017). El dar cuenta de perfiles de estudiantes permite orientar procesos formativos y observar cómo estos van forjando intenciones emprendedoras en estudiantes y egresados.

El análisis descriptivo arrojó un alto nivel de conductas emprendedoras, normas subjetivas, autoeficacia e intenciones emprendedoras, lo cual se equipara con lo planteado por Baier-Fuentes *et al.* (2018), al considerar a Chile como un país con altas tasas de emprendimientos en comparación con otros países de la OCDE.

El análisis de clúster permitió reconocer cuatro perfiles emprendedores dentro de la población analizada. El primero se denominó *emprendedor intrínseco*, el segundo *emprendedor informal*, el tercero *no emprendedores* y el cuarto como *emprendedor por necesidad*. Respecto de ello, las categorías descubiertas darían cuenta de la identificación de diversos tipos de perfiles y emprendimientos, lo que implicaría —tanto teórica como empíricamente— que no es posible hacer referencia al emprendimiento de manera global. Más bien, sería necesario reconocer la existencia de diversos tipos de emprendimientos, conformados por diversas características, motivaciones y consecuencias (Amodóvar, 2018; Olozagaste *et al.*, 2017; Vera & Espinoza, 2020).

En la misma línea, podemos catalogar al clúster 1 como un perfil tradicional del emprendedor; es decir, aquel con una motivación intrínseca por emprender y que es capaz de aprovechar las oportunidades (Flores, 1994; Larroulet & Ramírez, 2007; Lee & Peterson, 2000), lo cual se relacionaría con un alto nivel de emprendimientos dentro del círculo social. Esto último recoge los esfuerzos por complejizar el análisis de las intenciones emprendedoras a no solo centrarse en el sujeto, sino a considerar el impacto que puede tener el contexto educacional, social y cultural (Fayolle *et al.*, 2016; Kibler *et al.*, 2014; Liñán & Fayolle, 2015; Martins *et al.*, 2022; Valenzuela-Keller *et al.*, 2022). Por tanto, no bastaría con considerar un contexto de oportunidad, sino que sería necesario observar la formación de las personas que las lleva a desenvolverse y aprovechar dicha oportunidad (Krueger & Brazeal, 1994).

Por otro lado, se evidencia la generación de emprendimientos informales, es decir, de aquellos que no están registrados o inscritos de manera oficial (Autio & Fu, 2015). En este grupo se destaca un gran porcentaje de mujeres con una alta puntuación dentro de las variables de emprendimiento. Ello no significa que estos elementos no se encuentren de manera transversal dentro de los distintos clústeres, ya que, por ejemplo, el emprendimiento por necesidad (en sociedades con un alto nivel de precariedad y desigualdad como la chilena) posee una mayor concentración (Almodóvar *et al.*, 2020; Urbano *et al.*, 2016).

Por su parte, en el cuarto clúster se encuentran personas con un bajo nivel emprendedor, pero con un alto porcentaje de emprendimientos. Esto nos permite sugerir, por ejemplo, que asumir oportunidades no sería la principal fuente motivacional de este grupo. En dicho contexto, se visualiza como una posibilidad que, ante una sociedad como la chilena y durante la pandemia de covid-19, las necesidades de ingresos se habrían posicionado como una motivación relevante en el momento de emprender (Almodóvar *et al.*, 2020; Díaz *et al.*, 2013; Sauret, 2013).

Adicionalmente, se observa un grupo que posee un bajo nivel de emprendimiento y una baja puntuación en las variables emprendedoras. Además, este se caracteriza por poseer un mayor porcentaje de hombres en comparación con otros clústeres. Si bien no se observa una diferencia estadísticamente significativa, existe evidencia que considera al género como una variable moderadora dentro de las intenciones emprendedoras (Byabashaija & Katono, 2011; Valencia-Arias & Marulanda-Valencia, 2019). Por ello, es necesario indagar por las percepciones de este grupo sobre el emprendimiento, estableciendo de manera comparativa variables como el género.

Una limitación importante a considerar dentro de la presente investigación es la poca relevancia que le otorga la escala utilizada a diversas facetas del emprendimiento, como el emprendimiento social. En efecto, la conceptualización del emprendimiento, a pesar de los esfuerzos teóricos, se construye desde una perspectiva más individualista, lo que conduce a la generación de variables latentes y observables desde una perspectiva teórica centrada en el sujeto. Por tanto, se establece como desafío futuro la generación de nuevas escalas que amplíen las perspectivas conceptuales desde las cuales se operacionalicen las variables, considerando la diversidad de tipologías de emprendimientos existentes. Lo cual podría ser apoyado en los planteamientos de Valenzuela-Keller *et al.* (2021), quienes expresan la necesidad de abordar el emprendimiento desde distintos enfoques (como el motivacional).

Otra limitación emerge de los aspectos metodológicos, ya que la presente investigación no considera un muestro probabilístico. Con lo anterior, estos resultados solo dan cuenta de un contexto y grupo en específico (es decir, no son extrapolables a otro grupo de estudiantes). Además, al ser un estudio de tipo transversal y no longitudinal, no permitiría afirmar si estos perfiles dan cuenta de un contexto de pandemia o son prácticas que se mantienen en el tiempo.

Los hallazgos de esta investigación permiten avanzar en la búsqueda y definición del tipo de emprendimiento que la institución desea incentivar, ya que, como plantea Colther *et al.* (2020), la enseñanza del emprendimiento es un tema incipiente; por lo cual, se requiere de una mayor maduración al interior de las instituciones de educación superior. Esto podría tener un impacto en el contenido formal, pero también en las prácticas pedagógicas, la vinculación con el medio, la capacitación del cuerpo docente y el perfil de egreso de estudiantes de carreras de administración.

En este sentido, se concuerda con lo planteado por Sepúlveda *et al.* (2017) en relación a que futuras investigaciones pudiesen estar ligadas a la indagación de las conceptualizaciones de emprendimiento que poseen distintas profesiones, para así evidenciar los postulados epistemológicos e ideológicos bajo los cuales se construye la figura del emprendedor y del emprendimiento, y cómo esto incidiría en los procesos de formación de estudiantes.

Finalmente, otro elemento que se sugiere considerar para futuras investigaciones es el nivel relacional; es decir, considerar el impacto de las relaciones sociales, familiares, otros emprendedores, instituciones o centros educacionales a fin de conocer la influencia o el apoyo del contexto, más allá de lo económico, en las motivaciones emprendedoras y en la conceptualización del emprendimiento.

Referencias

- 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)
- Almodóvar, M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2), 225-244. <https://doi.org/10.5209/CRLA.60695>

- Almodóvar, M., Fernández, A., & Díaz, J. (2020). Entrepreneurial activity and economic growth: A multi-country analysis. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 9-17. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.004>
- Amorós, J., Fernández, C., & Tapia, J. (2011). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 249-270. <https://doi.org/cr99mq>
- Arnett, J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480. <https://doi.org/g5w>
- Autio, E., & Fu, K. (2015). Economic and political institutions and entry into formal and informal entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(1), 67-94. <https://doi.org/10.1007/s10490-014-9381-0>
- Baier-Fuentes, H., Hormiga, E., Amorós, J., & Urbano, D. (2018). The influence of human and relational capital on the rapid internationalization of firms: A comparative study between Spain and Chile. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 31(4), 679-700. <https://doi.org/10.1108/ARLA-12-2016-0333>
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factor on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(2), 132-138. <https://doi.org/f2jzw6>
- Bargsted, M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar*, 13(25), 121-132.
- Barrera-Herrera, A., & Vinet, E. (2017). Adultez emergente y características culturales de la etapa en universitarios chilenos. *Terapia Psicológica*, 35(1), 47-56.
- Barrera-Herrera, A., Vinet, E., & Ortiz, M. (2020). Evaluación de la adultez emergente en Chile: validación del Idea-extendido en universitarios chilenos. *Terapia Psicológica*, 38(1), 47- 61. <http://doi.org/10.4067/S0718-48082020000100047>
- Beltrán, M., Pacheco, A., Serrano, B., & Brito-Gaona, L. (2016). Influencia del nivel de instrucción en la capacidad emprendedora. *European Scientific Journal*, 12(25), 131-144. <https://doi.org/10.19044/esj.2016.v12n25p131>
- Benz, M. (2009). Entrepreneurship as a non-profit seeking activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 23-44. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0031-y>
- Blalock, H. (1994). *Estadística social* (2ª ed.). Fondo de Cultura Económica.
- Blanco, A., Garín, A., & Rodríguez, R. (2012). Emprendimiento social: desarrollo de competencias y valores en el marco universitario. En R. Rodríguez (Coord.), *Educación en valores en el ámbito universitario: propuestas y experiencias* (pp. 45-54). Narcea.

- Bueno, E., & Casani, F. (2007). La tercera misión de la universidad: enfoques e indicadores básicos para su evaluación. *Economía Industrial*, (366), 43-59.
- Byabashaija, W., & Katono, I. (2011). The impact of college entrepreneurial education on entrepreneurial attitudes and intention to start a business in Uganda. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(1), 127-144. <https://doi.org/bvv73w>
- Camacho, D. (2007). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. *Apuntes del Cenes*, 27(43), 275-292.
- Cárdenas, J. M., & Arancibia, H. (2014). Potencia estadística y cálculo del tamaño del efecto en G*Power: complementos a las pruebas de significación estadística y su aplicación en psicología. *Salud & Sociedad*, 5(2), 210-244. <https://doi.org/hx9s>
- Carter, J., Collins, L., & Beal, B. (2017). Ethics, faith, and profit: Exploring the motives of the U.S. fair trade social entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 146(1), 185-201. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2934-4>
- Cea, M. (1996). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Síntesis.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Colther, C., Fecci, E., Cayun, G., & Rojas-Mora, J. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: el caso de la Universidad Austral de Chile. *Formación Universitaria*, 13(4), 129-138. <http://doi.org/10.4067/S0718-50062020000400129>
- Díaz, C., Almodóvar, J., de la Cruz, M., Coduras, A., & Hernández, R. (2013). Institutional variables, entrepreneurial activity and economic development. *Management Decision*, 51(2), 281-305. <https://doi.org/10.1108/00251741311301821>
- Donaldson, C., Liñán, F., & Alegre, J. (2021). Entrepreneurial intentions: Moving the field forwards. *The Journal of Entrepreneurship*, 30(1), 30-55. <https://doi.org/nr43>
- Dvouletý, O., Mühlböck, M., Warmuth, J., & Kittel, B. (2018). «Scarred» young entrepreneurs: Exploring young adults' transition from former unemployment to self-employment. *Journal of Youth Studies*, 21(9), 1159-1181. <https://doi.org/gd4s7j>
- Fayolle, A., Verzat, C., & Wapshott, R. (2016). In quest of legitimacy: The theoretical and methodological foundations of entrepreneurship education research. *International Small Business Journal*, 34(7), 895-904. <https://doi.org/10.1177/0266242616649250>
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. Sage.
- Flores, F. (1994). *El espíritu emprendedor: la empresa emergente y la sociedad del futuro*. Fundación para la Innovación.

- Gaete, R. (2015). El voluntariado universitario como ámbito de aprendizaje servicio y emprendimiento social: un estudio de caso. *Última Década*, 23(43), 235-260. <http://doi.org/10.4067/S0718-22362015000200009>
- Galindo, J., Sanz, P., & De Benito, J. (2011). La universidad ante el reto de la transferencia del conocimiento 2.0: análisis de las herramientas digitales a disposición del gestor de transferencia. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 17(3), 111-126. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60123-3](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60123-3)
- García-García, V. (2015). Emprendimiento empresarial juvenil: una evaluación con jóvenes estudiantes de la universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221-1236. <https://doi.org/10.11600/1692715X.13246200315>
- Glantz, S. A. (2006). *Bioestadística*. McGraw-Hill Interamericana.
- González-Cadena, M., Vázquez-Rojas, A., Quezada-Quezada, J., & Coronado-Meneses, M. (2021). Tercera misión en las universidades públicas estatales en México: una aproximación a través de la metodología ACP-DEA. *Acta Universitaria*, 31, 1-21. <https://doi.org/10.15174/au.2021.2992>
- Gravetter, F., & Wallnau, L. (2014). *Essentials of statistics for the behavioral sciences*. Wadsworth.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1999). *Análisis multivariante*. Prentice Hall.
- Heaton, S., Siegel, D., & Teece, D. (2019). Universities and innovation ecosystems: A dynamic capabilities perspective. *Industrial and Corporate Change*, 28(4), 921-939. <https://doi.org/10.1093/icc/dtzo38>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Ibarra, D. (2008). *Los primeros pasos al mundo empresarial: una guía para emprendedores*. Limusa.
- Kibler, E., Kautonen, T., & Fink, M. (2014). Regional social legitimacy of entrepreneurship: Implications for entrepreneurial intention and start-up behavior. *Regional Studies*, 48(6), 995-1015. <https://doi.org/10.1080/00343404.2013.851373>
- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *REGPE. Entrepreneurship and Small Business Journal*, 7(2), 201-226. <https://doi.org/10.14211/regepe.v7i2.1071>
- Kuratko, D. F. (2003). *Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st century*. U. S. Association of Small Business & Entrepreneurship.
- Laguía, A., Moriano, J., Molero, F., & Gámez, J. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1), 1-14.

- Larroulet, C., & Ramírez, M. (2007). Emprendimiento: factor clave para la nueva etapa de Chile. *Estudios Públicos*, (108), 93-116.
- Lee, S., & Peterson, S. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401-416. <https://doi.org/b7x9xn>
- Levene, H. (1960). Robust tests for equality of variances. En I. Olkin (Ed.), *Contributions to probability and statistics* (278-292). Stanford University Press.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Liñán, F., & Jaén, I. (2022). The Covid-19 pandemic and entrepreneurship: Some reflections. *International Journal of Emerging Markets*, 17(5), 1165-1174. <https://doi.org/g7bjxf>
- Liñán, F., Jaén-Figueroa, I., & Martín, D. (2021). Mujeres emprendedoras: orientación de rol de género y cultura emprendedora. *Emprendimiento y Negocios Internacionales*, 6(2), 1-6. <https://doi.org/10.20420/eni.2021.450>
- Martins, I., Pérez, J., & Novoa, S. (2022). Developing orientation to achieve entrepreneurial intention: A pretest-posttest analysis of entrepreneurship education programs. *The International Journal of Management Education*, 20(2). <https://doi.org/nr67>
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (36), 206-238.
- Myers, T. (2011). Goodbye, listwise deletion: Presenting hot deck imputation as an easy and effective tool for handling missing data. *Communication Methods and Measures*, 5(4), 297-310. <https://doi.org/10.1080/19312458.2011.624490>
- Olozagaste, J., Calderón, Y., & Espinosa, M. (2017). Formación del espíritu empresarial en jóvenes mexicanos: retos y oportunidades en la educación media superior. *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva*, 11(2), 163-177. <https://doi.org/nr45>
- Palmer, C., Fasbender, U., Kraus, S., Birkner, S., & Kailer, N. (2021). A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention. *Review of Managerial Science*, 15, 287-307. <https://doi.org/nr46>
- Pham, D., Jones, P., Dobson, S., Liñán, F., & Viala, C. (2021). Entrepreneurial implementation intention as a tool to moderate the stability of entrepreneurial goal intention: A sensemaking approach. *Journal of Business Research*, 123, 97-105. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.051>
- Puello-Socarrás, J. (2010). Del homo Economicus al homo redemptoris: emprendimiento y nuevo neoliberalismo. *Otra Economía. Revista Latinoamericana de Economía Social y Solidaria*, 4(6), 181-206.

- Ritchey, F. (2008). *Estadística para las ciencias sociales*. McGraw-Hill.
- Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. En A. Fayolle, P. Kyrö, & F. Liñán (Eds.), *Developing, shaping and growing entrepreneurship* (pp. 60-78). Edward Elgar.
- Sautet, F. (2013). Local and systemic entrepreneurship: Solving the puzzle of entrepreneurship and economic development. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(2), 387-402. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00469.x>
- Sepúlveda, J., Denegri, M., Orellana, L., Criado, N., Mendoza, J., Salazar, P., & Yung, G. (2017). Características emprendedoras personales y alfabetización económica: una comparación entre estudiantes universitarios del sur de Chile. *Interdisciplinaria*, 34(1), 107-124.
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41-60.
- Trochim, W., & Donnelly, J. (2006). *The research methods knowledge base*. Atomic Dog.
- Urbano, D., Aparicio, S., & Querol, V. (2016). Social progress orientation and innovative entrepreneurship: An international analysis. *Journal of Evolutionary Economics*, 26(5), 1033-1066. <https://doi.org/10.1007/s00191-016-0485-1>
- Valencia-Arias, J., & Marulanda-Valencia, F. (2019). Evolución y tendencias investigativas en autoeficacia emprendedora: un análisis bibliométrico. *Estudios Gerenciales*, 35(151), 219-232. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.151.3277>
- Valenzuela-Keller, A., Gálvez-Gamboa, F., Contreras, D., & Parraguez, F. (2021). Análisis del perfil emprendedor para la formación de las nuevas generaciones de jóvenes chilenos. *Información Tecnológica*, 32(1), 209-216. <https://doi.org/h44n>
- Valenzuela-Keller, A., Gálvez-Gamboa, F., Sierra-Salgado, A., & Podestá-Velarde, V. (2022). Mentalidad e intención por emprender en universitarios: el rol de la educación y el entorno institucional para el emprendimiento. *Formación Universitaria*, 15(4), 95-104. <http://doi.org/10.4067/S0718-50062022000400095>
- Veciana, J. (2005). *La creación de empresas: un enfoque gerencial*. La Caixa.
- Vélez, C., Bustamante, M., Loor, B., & Afcha, S. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación Universitaria*, 13(2), 63-72. <http://doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>
- Vera, A., & Espinosa, A. (2020). Prosocialidad-productiva, tensiones de una subjetividad emprendedora solidaria: un estudio con emprendedores sociales peruanos. *Psicoperspectivas*, 19(2).

- Vera, A., Prialé, M., Pezzia, A., & Ninahuanca, E. (2019). Narrativas de sostenibilidad en emprendedores sociales de Lima Metropolitana. *Summa Psicológica*, 16(2), 88-97. <https://doi.org/10.18774/0719-448x.2019.16.421>
- Vera-Sagredo, A., Constenla-Núñez, J., Jara-Coatt, P., & Lassalle-Cordero, A. (2020). Emprendimiento e innovación en educación técnico profesional: percepción desde los docentes y directivos. *Revista Colombiana de Educación*, (79), 85-108. <https://doi.org/10.17227/rce.num79-8605>
- Villa, M. (2008). El espíritu emprendedor, la gran fuerza de progreso. *Cuadernos de pensamiento político*, (18), 215-232.
- Vivanco, M. (1999). *Análisis estadístico multivariable: teoría y práctica*. Editorial Universitaria.
- Winkler, C., Liguori, E., Van Gelderen, M., Noyes, E., Pittz, T., Liñán, F., Hytti, U., Wamsley, A., Cochran, S., Hudson, M., & McGuire, J. (2022). Publishing in Entrepreneurship Education and Pedagogy [Editorial]. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 5(4), 1-12. <https://doi.org/10.1177/25151274211071021>