

¿Cuál es el perfil de nuestros estudiantes universitarios? Características del comportamiento emprendedor en el sur de Chile

Juan Carlos Yévenes-Jara*
Katherine Mansilla-Obando**
Nataly Guiñez-Cabrera***

Fecha de recibido: 2 de julio de 2022

Fecha de aceptado: 13 de marzo de 2023

Para citar este artículo: Yévenes-Jara, J. C., Mansilla-Obando, K., & Guiñez-Cabrera, N. (2022). ¿Cuál es el perfil de nuestros estudiantes universitarios? Características del comportamiento emprendedor en el sur de Chile. *Revista Universidad & Empresa*, 24(43), 1-24. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12197>

Resumen

Las características del comportamiento emprendedor (CCE) forman parte de la personalidad de los seres humanos, las que pueden surgir por las necesidades de logro, de poder y de afiliación. El objetivo de este informe consistió en estudiar las CCE de estudiantes universitarios acorde a sus intereses, siendo esto esencial para el diseño de programas de estudios que a través de la educación emprendedora (EE) fortalezcan el desarrollo de nuevas ideas y empresas. Por medio de una metodología cuantitativa, mediante un análisis descriptivo y análisis de varianza (Anova) a diferentes cohortes, se estudian las variables de las CCE de 358 estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales (FACE) (ingeniería comercial, ingeniería civil informática, contador público y auditor) de dos campus universitarios en el sur de Chile. Los hallazgos indicaron que las CCE difieren ampliamente con base en las cohortes estudiadas, existiendo diferencias en género y disciplina, no así en la ubicación geográfica. Esta evidencia podría apoyar al diseño de planes de EE en la educación superior, dada la caracterización de los perfiles de ingreso de los estudiantes universitarios de primer año de la FACE a las distintas disciplinas educacionales de la universidad en cuestión.

Palabras clave: análisis de varianza; comportamiento emprendedor; educación emprendedora; formación empresarial; universidad.

* Universidad del Bío-Bío (Chile). Correo electrónico: jyevenes@ubiobio.cl. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7030-3336>

** Universidad Finis Terrae (Chile). Correo electrónico: kmansilla@uft.cl. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4273-4259>

*** Universidad del Bío-Bío (Chile). Correo electrónico: nguinez@ubiobio.cl. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6109-8457>

What is the Profile of our University Students? Characteristics of Entrepreneurial Behavior in Southern Chile

Abstract

The characteristics of entrepreneurial behavior are part of the personality of human beings, which can arise from the needs for achievement, power, and affiliation. The objective of this research was to study the entrepreneurial behavior characteristics of university students according to their interests, which is essential for designing study programs that, through entrepreneurial education (EE), strengthen the development of new ideas and companies. Through a quantitative methodology and a descriptive analysis, and a variance analysis (Anova) of different cohorts, the variables of the characteristics of entrepreneurial behavior of 358 university students of the Faculty of Business Sciences (commercial engineering, computer science civil engineering, and public accountant and auditor) from two university campuses in southern Chile were examined. The findings indicated that entrepreneurial behavior characteristics differ widely based on the cohorts studied, with differences in gender and discipline but not in geographic location. This evidence could support the design of EE plans in higher education, given the characterization of the admission profiles of first-year university students from the Faculty of Business Sciences to the different educational disciplines of the university in question.

Keywords: Analysis of variance; entrepreneurial behavior; entrepreneurial education; business training; university.

Qual é o perfil de nossos universitários? Características do comportamento empreendedor no sul do Chile

Resumo

As características do comportamento empreendedor (CCE) fazem parte da personalidade do ser humano, podendo surgir das necessidades de realização, poder e afiliação. O objetivo deste relatório foi estudar o CCE dos estudantes universitários de acordo com os seus interesses, sendo este essencial para o delineamento de programas de estudo que através da educação empreendedora (EE) potenciem o desenvolvimento de novas ideias e empresas. Através de uma metodologia quantitativa, por meio de uma análise descritiva e análise de variância (Anova) a diferentes coortes, foram estudadas as variáveis do CCE de 358 estudantes universitários da Faculdade de Ciências Empresariais (FACE) (engenharia comercial, engenharia civil informática, contadoria pública e auditoria) de dois campi universitários no sul do Chile. Os resultados indicaram que os CCE diferem amplamente com base nas coortes estudadas, com diferenças em gênero e disciplina, mas não em localização geográfica. Essas evidências poderiam subsidiar o desenho de planos de EE no ensino superior, dada a caracterização dos perfis de ingresso dos universitários ingressantes da FACE nas diferentes disciplinas de ensino da universidade em questão.

Palavras-chave: análise de variância; comportamento empreendedor; educação empreendedora; treinamento empresarial; universidade.

Introducción

Entre los países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), existe un alto porcentaje de la población chilena que participa en un emprendimiento (OCDE, 2021). Sin embargo, estamos en deuda desde las instituciones de educación superior porque cerca del 60% de los emprendedores indican que estas instituciones no les entregan una preparación adecuada para crear nuevas empresas y para hacer crecer las establecidas (Guerrero & Serey, 2020). Esto es un desafío.

Hoy, la educación superior está atravesando por una transición en la que el currículo debe incluir competencias que sean relevantes para las necesidades de las nuevas generaciones de profesionales (Jiménez-Marín et al., 2020). Es así como las universidades han implementado la educación emprendedora (EE) en busca de garantizar el conocimiento y el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en específico el número cuatro (ODS 4), que tiene como meta lograr una educación equitativa, inclusiva y de calidad (Organización de las Naciones Unidas [ONU], s. f.).

Un número creciente de trabajos sobre la EE se ha dedicado a identificar y definir las diferentes metodologías de enseñanza, los enfoques de aprendizaje y los análisis de su eficacia (Oosterbeek et al., 2010; Dickson et al., 2008; Matlay, 2008). Estos estudios demuestran que la EE puede mejorar las habilidades emprendedoras, la mentalidad y las ambiciones profesionales de los estudiantes (Cui et al., 2021). Como lo señalan Souitaris et al. (2007), los programas de EE contribuyen a mejorar la intención a emprender de estudiantes en las disciplinas de ciencias, ingeniería, y en las escuelas de negocios (Maresch et al., 2016). De esta manera, la EE juega un papel esencial en la formación de futuros emprendedores, al inculcar en los estudiantes las competencias básicas basadas en aprender a conocer, a hacer, y en crear un nuevo proyecto empresarial (Dutta et al., 2011).

En tanto, Turner y Gianiodis (2018) afirman que la pedagogía en el campo de la EE ha madurado considerablemente, quedando inconcluso qué contenido enseñar, cómo enseñarlo, quién califica para enseñar y a qué tipo de estudiante enseñarle. Es por ello que este estudio busca cubrir este gap, siendo necesario conocer, primeramente, el perfil de los estudiantes. Por lo tanto, la presente investigación tiene como objetivo conocer

el perfil de los estudiantes pertenecientes al primer año de formación universitaria de la Facultad de Ciencias Empresariales (FACE) de una universidad estatal del centro sur de Chile. Al conocer esto, se podrán aplicar mejoras a los programas de estudio, incorporando contenidos, objetivos, habilidades a las asignaturas para que contribuyan a potenciar los perfiles de los estudiantes en cada una de las disciplinas evaluadas, a través del desarrollo de sus habilidades, su mentalidad académica y sus intenciones emprendedoras, a fin de que ellos logren estar más preparados cuando emprendan sus propios negocios. Para ello, los datos fueron recolectados mediante cuestionarios completados por 358 estudiantes, siendo la siguiente la pregunta de investigación: ¿cuál es el nivel de importancia de las características del comportamiento emprendedor de los estudiantes de la FACE en una universidad del centro sur de Chile?, ¿son diferentes por género, por disciplina, o por zona geográfica?

La estructura de este artículo es la siguiente. En primer lugar, se presenta una revisión de literatura junto a la explicación de la teoría utilizada en esta investigación. Luego, la metodología adoptada para conocer las características del comportamiento emprendedor (CCE). Posteriormente, se describen los resultados obtenidos. Finalmente, se expone la discusión, las conclusiones, las limitaciones del estudio y las implicaciones prácticas a la FACE y a las instituciones de educación superior.

Revisión de literatura

Educación emprendedora

La EE se define como “el conjunto de actividades de educación y formación que intentan desarrollar en los participantes la intención de realizar comportamientos emprendedores, o algunos de los elementos que inciden en esa intención, como el conocimiento emprendedor, la deseabilidad de la actividad emprendedora, o su factibilidad” (Liñán, 2004, p. 163). Su objetivo es contribuir en un cambio de mentalidad en los estudiantes respecto a cómo ven las actividades innovadoras y el riesgo que se tiene al desarrollar un negocio (Jones et al., 2014). Junto con ello, fomentar en los estudiantes una intención a emprender, la que se define como “la intencionalidad entre los estudiantes universitarios de participar en prácticas emprendedoras después de graduarse” (Adekiya & Ibrahim, 2016, p. 118).

Con esto es que a través de la EE se busca apoyar la creación, el sustento y el crecimiento de nuevas empresas, como también el desarrollo de intraemprendimiento (Ricci et al., 2019; Baruah & Ward, 2014), y, por supuesto, fomentando el crecimiento económico (Ratten & Usmanij, 2021). Así, la investigación del emprendimiento a nivel universitario ha crecido producto de la evolución del rol que ha tenido la universidad en el desarrollo económico y en la innovación (Yusof & Jain, 2010). Por lo tanto, los investigadores deben reconocer las diferencias que existen en las creencias que se tienen sobre el espíritu empresarial (Gartner, 2001).

En específico, en el estudio de Maresch et al. (2016) concluyen que la EE influye positivamente en la intención a emprender de los estudiantes pertenecientes a las escuelas de negocios. Los hallazgos de que la EE influye en la intención a emprender coincide con los resultados de varias otras investigaciones, por ejemplo, en Asimakopoulos et al. (2019), Bae et al. (2014) y Puni et al. (2018).

El beneficio de la EE es que puede aplicarse en diversos entornos y contextos, pero también existen desafíos actuales que deben abordarse (Ratten & Usmanij, 2021). Si bien la EE ha tenido un auge en las últimas dos décadas tanto en regiones desarrolladas como en las de en vías de desarrollo (Mei & Symaco, 2020), la EE se ha convertido en una de las áreas temáticas con mayor crecimiento en la academia y en la investigación, con un interés en vincular las prácticas comerciales actuales con la teoría académica (Colombelli et al., 2022; Duval-Couetil et al., 2021; Ratten & Usmanij, 2021), y un interés en académicos, en profesionales y en autoridades públicas en los últimos años a profundizar en el tema (Boubker et al., 2021; Küttim et al., 2014). A pesar de esto, la necesidad de investigar esta materia sigue siendo relevante (Douglas, 2020). Por ende, aunque se han hecho contribuciones significativas a la EE, al conocer los diferentes factores que influyen en el nivel empresarial de los jóvenes estudiantes (Ahmed et al., 2019) y al observar un aumento del número de ofertas curriculares que contienen la asignatura de emprendimiento (Kuratko, 2005; Morris et al., 2013), todavía existen brechas de investigación en términos de conocer las prácticas respecto a los docentes universitarios (Ratten & Usmanij, 2021).

La formación y la EE constituyen una sólida herramienta estratégica para el desarrollo regional (Galvao et al., 2018). En esta perspectiva, se considera la importancia del emprendimiento como un motor para la creación de valor agregado (Boubker et al., 2021), en el

que el control conductual de los estudiantes también es un determinante de la intención emprendedora (Torres Coronas & Vidal Blasco, 2019).

Teoría McClelland

Este trabajo aborda el estudio de las CCE (descritas más adelante), considerando la motivación humana de McClelland (1961, 1989) como la teoría central de esta investigación. En el contexto de emprendimiento, la motivación es estudiada como una característica que forma parte de la personalidad de los seres humanos, quienes toman la decisión o no de crear empresas. Los avances respecto a este ente teórico se centran en los estudios de McClelland (1961), Bhide (2000) y Pulgarín y Cardona (2011), quienes profundizan en el perfil emprendedor como lo realizan Ferreira et al. (2021).

Investigaciones sobre emprendimiento se han estudiado desde las perspectivas psicológicas, socioculturales y económicas (Park & Masi, 2015). McClelland (1989) plantea que el ser humano puede obtener ciertas necesidades desde el aprendizaje que surgen durante su vida, por lo que muchas de estas necesidades se generan por medio de la cultura. El autor clasifica las necesidades en tres tipos: de logro, de afiliación y de poder.

En primer lugar, la necesidad de logro es definida como uno de los comportamientos emprendedores de las personas (McClelland, 1989). Esta necesidad se asocia a aquellos comportamientos que se orientan a la propuesta de metas y objetivos personales, sociales y económicos. Esto permite que los seres humanos o emprendedores puedan demostrar y sobresalir en los esfuerzos que realizan para lograr hacer mejor las cosas. Dentro de esta necesidad se encuentran los comportamientos: de búsqueda de oportunidades e iniciativa, de cumplimiento, de correr riesgos calculados, de persistencia y de exigir eficiencia y calidad. Para Ferreira et al. (2021), el cumplimiento y la persistencia son dos de las más altas competencias valoradas entre emprendedores de diversos sectores económicos, siendo diferentes estas necesidades entre aquellos jóvenes que se identifican con el género femenino y masculino (Villalba & Ortega, 2021).

En segundo lugar, la necesidad de afiliación consiste en aquellos comportamientos que se dirigen a la satisfacción de las relaciones que surgen de carácter interpersonal. Los seres humanos o emprendedores que especifican contar con una alta necesidad de afiliación

se destacan por mantener relaciones favorables con los demás, se preocupan por otros, crean ambientes gratos para sociabilizar y mantienen una vida social activa (McClelland, 1989). Esta necesidad consiste en los comportamientos: de búsqueda de información, de fijar metas y de planificar de manera sistemática y hacer seguimiento, siendo, para Ferreira et al. (2021), estas dos últimas dos de las competencias menos valoradas entre un grupo de emprendedores, lo cual puede resultar crítico en la planificación de un emprendimiento y, por ende, en el desarrollo sostenible del crecimiento de un negocio. Estas características también se han estudiado en jóvenes en Paraguay, donde se ha definido el fijar metas como la característica de mayor puntuación (Villalba & Ortega, 2021), la cual se relaciona con el comportamiento que piensa en el largo plazo (Entrialgo et al., 2019). Además, se destaca que Villalba y Ortega (2021) concluyen que el comportamiento de estas necesidades presenta un mayor nivel de desarrollo para las jóvenes de género femenino que para los jóvenes de género masculino.

En tercer lugar, la necesidad de poder se refiere a los comportamientos que son condicionados por la idea de liderar e influenciar a otros, observando a aquellos individuos que presentan la necesidad de control en el medio que se desenvuelven. Los comportamientos definidos en esta necesidad son: redes de apoyo y persuasión, e independencia y autoconfianza. Los directivos universitarios muestran la autoconfianza e independencia como uno de los comportamientos con mayor puntuación; y, por el contrario, la persuasión y redes de apoyo como los comportamientos con menor puntuación (Benítez & Carrasco, 2019). Para Villalba y Ortega (2021), un bajo desarrollo de estas necesidades podría reflejar una falta de capacidad para crear estrategias que permitan influir en otros o en su capacidad para vender ideas o sus productos al momento de emprender o desarrollar una innovación. Sin embargo, encuentran un desarrollo intermedio de estos comportamientos entre los jóvenes, siendo mayor para los jóvenes de género masculino que para las jóvenes de género femenino.

Según estos tipos de necesidades, McClelland (1961) indicó que el ser humano presenta un grado de importancia a cada una de las necesidades, pero no con la misma intensidad. Por ejemplo, un individuo puede mostrar una alta necesidad de poder, una baja necesidad de afiliación y una moderada necesidad del logro, concluyendo que este tipo de individuo es aquel que está orientado más a controlar a otros y a hacer un buen trabajo que a enfocarse en la amistad.

En el contexto de emprendimiento, McClelland (1989) demuestra que las personas emprendedoras se comportan respondiendo más a las necesidades de logro sobre las demás necesidades definidas, destacando entonces en aquellas situaciones que los lleven a tener éxito en sus propósitos.

De acuerdo con las CCE que las personas puedan demostrar, como lo que ocurre, por ejemplo, en los estudiantes universitarios durante su primer año de formación universitaria y respecto a las consideraciones explicadas anteriormente, se definen las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: los estudiantes durante su primer año de formación universitaria indican que los componentes del comportamiento emprendedor presentan distintos niveles de importancia, siendo diferente según el género de los estudiantes.

Hipótesis 2: los estudiantes durante su primer año de formación universitaria indican que los componentes del comportamiento emprendedor presentan distintos niveles de importancia, siendo diferente según la disciplina del programa al cual asisten los estudiantes.

Hipótesis 3: los estudiantes durante su primer año de formación universitaria indican que los componentes del comportamiento emprendedor presentan distintos niveles de importancia, siendo diferente según la ubicación geográfica en la que se encuentra el campus universitario.

Metodología

Enfoque y diseño metodológico. Este estudio incorporó un enfoque cuantitativo, con un diseño de tipo observacional de corte transversal, ya que los datos fueron recolectados en una sola oportunidad. Esto sucedió durante el año 2019. Los datos fueron recogidos desde su fuente primaria: los estudiantes universitarios (Creswell & Creswell, 2017; Boniolo et al., 2005), permitiendo además investigar diferentes cohortes de formación específicas (Alvim & Loiola, 2010).

Participantes. Este estudio seleccionó una muestra por conveniencia (tabla 1). Se seleccionaron estudiantes que desempeñaban sus estudios de educación superior en la

FACE en una universidad estatal ubicada en la zona centro sur de Chile. Luego de enviarles el cuestionario a los estudiantes que cursaban su primer año universitario, se obtuvo una tasa de respuesta del 91%, siendo entonces 358 los participantes que contestaron, considerándose como muestra final. Esta alta tasa de respuesta es considerada un muestreo estadísticamente significativo para el propósito de este trabajo.

Entre los participantes, se observa que la proporción de género masculino corresponde al 65.08%, superior que la del género femenino, que corresponde a un 34.92%. La FACE de la universidad en estudio posee dos ubicaciones geográficas en la zona centro sur de Chile donde se realizan las labores educacionales; según la información obtenida, la mayoría de los estudiantes se encuentra en el campus de la ciudad de Concepción (54.75%), más que en el campus de la ciudad de Chillán (45.25%). La muestra también indica que entre las disciplinas universitarias que conforman la FACE y que cursan los participantes están: ingeniería comercial (38.27%), ingeniería civil informática (35.75%) y contador público y auditor (25.98%).

Tabla 1. Descripción de estudiantes por disciplina

Facultad	Disciplina	Muestra	Género		Campus	
			Femenino	Masculino	Chillán	Concepción
FACE	Ingeniería comercial	137				
	Ingeniería civil informática	128	125	233	162	196
	Contador público y auditor	93				
		358				

Fuente: elaboración de los autores con base en datos recolectados.

Instrumento. El instrumento implementado es una adaptación del cuestionario “Preparándose para triunfar”, creado por la Organización de las Naciones Unidas bajo el programa para el fomento al emprendimiento (Empretec), el cual presenta los componentes para valorar el comportamiento emprendedor, las habilidades y el perfil emprendedor. Uno de estos componentes se refiere a las CCE que se relaciona con el modelo de análisis de emprendimiento de McClelland (Fundación CIRDA, 2017) y con las variables asociadas con la personalidad del emprendedor. Estudios previos lo han utilizado (Ferreira et al., 2021; Benítez & Carrasco, 2019).

El instrumento proporcionado a los estudiantes estaba estructurado con 55 preguntas que permitían explicar cómo se sienten los participantes y cómo se identifican con determinadas

situaciones específicas, en la que muestran comportamientos y hábitos usuales, dando como resultado la caracterización del participante en 10 variables que permiten diagnosticar el perfil del emprendedor, en este caso, de los estudiantes de primer año de una universidad. Las variables usadas se detallan en la tabla 2 y se agrupan acorde con la descripción de las necesidades de logro, de afiliación y de poder. Los estudiantes debieron calificar cada una de las situaciones que indicó el cuestionario según una escala de Likert de 1 a 5, expresando su nivel de acuerdo con las afirmaciones. Así, 1 es totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 es ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 es de acuerdo y, finalmente, 5 es totalmente de acuerdo.

Tabla 2. Definición de variables de CCE

	Variab	Definición
Necesidades de logro	Búsqueda de oportunidades e iniciativa	Un emprendedor posee iniciativa, se adelanta a los hechos, aprovecha las oportunidades que se le presentan, es proactivo y se compromete con su organización.
	Persistencia	Un emprendedor actúa frente a un reto, repetidamente y está al tanto de la estrategia para afrontarlo. Supera obstáculos y busca la forma de alcanzar sus objetivos. Los emprendedores son comprometidos y responsables con los resultados que obtienen.
	Cumplimiento	Un emprendedor valora más los resultados que surgen a largo plazo que obtener ganancias en el corto plazo. Además, valora la buena voluntad, se sacrifica para poder realizar las tareas más exigentes y satisfacer a sus clientes y equipo de trabajo.
	Exigir eficiencia y calidad	Un emprendedor siente la necesidad de ejecutar las tareas más rápido y de mejores formas, garantizando el cumplimiento de las normas, teniendo en cuenta los requisitos y los procesos, para desempeñar las expectativas en su organización.
	Correr riesgos calculados	Un emprendedor estima los riesgos intencionalmente, evalúa las alternativas exigentes, es capaz de tomar decisiones, reduce riesgos y controla los resultados.
Necesidades de afiliación	Fijar metas	Un emprendedor posee retos basados en los objetivos que se fija, porque tiene claridad en su visión y una necesidad de poder que permite que en el corto y largo plazo persevere por lograrlos.
	Búsqueda de información	Un emprendedor acude a fuentes de información útiles para su organización, se aconseja de personas expertas para obtener retroalimentación y para tomar decisiones.
	Planificación sistemática y seguimiento	Un emprendedor estipula el tiempo adecuado para asignar tareas, entregar proyectos, y revisa la planificación según los recursos y las expectativas.
Necesidades de poder	Persuasión y redes de apoyo	Un emprendedor posee la habilidad para desarrollar estrategias que influyan en otros, para delegar a personas que pudieran tener un impacto mayor en la organización y en el rendimiento del equipo para alcanzar los objetivos.
	Autoconfianza e independencia	Un emprendedor entrega confianza en la habilidad de alcanzar el éxito de una organización y afrontar los retos, busca controlar las reglas y ser autónomo, se responsabiliza de su comportamiento y, así mismo, del fracaso y del éxito.

Fuente: basada en la descripción realizada por Pulgarín y Cardona (2011).

Además, para el diseño metodológico del instrumento se establecieron preguntas de control y el cálculo de un margen de corrección para obtener una mayor objetividad a la obtención de los hallazgos (Fundación CIRD, 2017). Así mismo, se realizó una prueba piloto para medir la confiabilidad interna del cuestionario.

Procedimiento. El instrumento desarrollado fue aplicado de manera presencial a los estudiantes de primer año pertenecientes a la FACE de la universidad. Para ello, uno de los autores reunió la información de los estudiantes que ingresaron en el año 2019, y durante los meses de junio y julio se les envió la encuesta a los participantes potenciales del estudio ubicados en el campus Chillán. Luego, el mismo autor se dirigió al campus Concepción para entregar el instrumento a los estudiantes respectivos y efectuar la encuesta cara a cara. Después, dos ayudantes de investigación tabularon los resultados, considerando el factor de corrección a las afirmaciones planteadas en el cuestionario, siendo esencial para el posterior análisis estadístico hecho por los autores. En el desarrollo de la investigación, se consideraron cuestiones éticas, como el consentimiento informado de los estudiantes luego del primer contacto con ellos, explicándoles el alcance y los objetivos del informe de investigación, manteniendo también la confidencialidad de los datos de cada encuestado.

Técnicas de análisis. El instrumento ha sido comúnmente utilizado en diversos centros de emprendimiento de América Latina, los cuales han validado estadísticamente el instrumento (Pulgarín & Cardona, 2011). Para responder al objetivo, a las hipótesis del estudio y continuar con el enfoque metodológico, se utilizó un Anova de un factor según las cohortes de género, disciplina y ubicación geográfica. Para esto se usó el *software* Stata 17.

Resultados

A continuación, se entregan los hallazgos del estudio referidos a identificar las CCE de los estudiantes de la FACE de una universidad estatal del centro sur de Chile a las distintas cohortes.

En primer lugar, antes de analizar cada una de las hipótesis se lleva a cabo un análisis descriptivo estadístico de las variables, en el que la tabla 3 observa que la media de la muestra de este estudio es de 18.29 puntos (con una desviación estándar de 2.68), indicando un nivel intermedio de desarrollo en las competencias emprendedoras de los estudiantes que cursan el primer año entre las disciplinas que ofrece la FACE. Además, observando los intervalos de confianza para la media para cada variable de las CCE, se aprecia que existen diversas debilidades y oportunidades que podrían tomarse en cuenta para mejorar los indicadores, como, por ejemplo, analizar por qué los estudiantes llegaron a indicar una puntuación tan baja en la variable “persistencia” o en “fijar metas”.

Considerando la muestra en su totalidad (N = 358), vemos que las variables de las CCE que poseen una mayor puntuación por parte de los estudiantes de primer año son fijar metas, exigir eficiencia y calidad, y búsqueda de información. Y aquellas variables de las CCE que poseen una menor puntuación se refieren a la búsqueda de oportunidades e iniciativa, persuasión y redes de apoyo, y correr riesgos calculados.

Tabla 3. Resultados descriptivos variables de las CCE

VARIABLES CCE	N	Media	Desviación estándar	Lím. mínimo	Lím. máximo
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	358	17.02	2.65	5	24
Persistencia	358	18.54	2.88	3	25
Cumplimiento	358	17.91	2.40	11	25
Exigir eficiencia y calidad	358	19.41	2.74	5	25
Correr riesgos calculados	358	17.43	2.29	11	27
Fijar metas	358	19.54	3.49	4	25
Búsqueda de información	358	19.36	2.32	13	25
Planificación sistemática y seguimiento	358	18.11	2.71	9	24
Persuasión y redes de apoyo	358	17.16	2.39	10	24
Autoconfianza e independencia	358	18.38	2.96	8	25
Promedio general CCE		18.29	2.68	7.90	24.90

Fuente: elaboración de los autores.

Así también se realiza un análisis descriptivo y comparativo respecto a las variables de las CCE en cada una de las disciplinas que ofrece la FACE respecto a los campus que posee la universidad. Desde la tabla 4 se observa que, en la FACE, en el campus Chillán, la media es superior para ingeniería comercial en lo que respecta a las CCE, comparada con

las disciplinas de contador público y auditor, e ingeniería civil informática. Además, se reporta que, en la carrera de contador público y auditor, las variables de las CCE con mayor puntuación son fijar metas, búsqueda de información y exigir eficiencia y calidad; y las de menor puntuación son búsqueda de oportunidades e iniciativa, persuasión y redes de apoyo, y correr riesgos calculados. Siendo esto similar (pero en distinto orden) para la disciplina de ingeniería civil informática, en la que se aprecia que las variables de las CCE con mayor puntuación son búsqueda de información, fijar metas y exigir eficiencia y calidad. Y las de menor puntuación son búsqueda de oportunidades e iniciativa, persuasión y redes de apoyo, y correr riesgos calculados.

Tabla 4. Resultados descriptivos variables de las CCE para la FACE Chillán

Variables CCE	Campus Chillán					
	Contador público y auditor		Ingeniería civil informática		Ingeniería comercial	
	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	16.72	2.43	16.42	2.42	17.11	2.84
Persistencia	18.05	2.57	18.32	2.54	18.73	3.38
Cumplimiento	17.91	2.24	17.42	2.31	17.71	2.45
Exigir eficiencia y calidad	19.44	2.48	18.77	2.32	20.21	3.21
Correr riesgos calculados	17.63	2.17	17.39	2.4	17.53	2.44
Fijar metas	19.84	2.31	18.75	3.38	19.84	4.44
Búsqueda de información	19.51	1.98	19.18	2.32	19.42	2.33
Planificación sistemática y seguimiento	17.84	2.25	17.79	2.62	17.88	2.91
Persuasión y redes de apoyo	16.84	1.93	17.07	2.7	17.24	2.84
Autoconfianza e independencia	17.95	2.65	17.42	2.58	19.55	3.07
Promedio general CCE	18.17	2.30	17.85	2.56	18.52	2.99

Fuente: elaboración de los autores.

En cambio, para ingeniería comercial se aprecia que las variables de las CCE con mayor puntuación son exigir eficiencia y calidad, fijar metas y autoconfianza e independencia. Y las de menor puntuación son búsqueda de oportunidades e iniciativa, persuasión y redes de apoyo, y correr riesgos calculados.

Respecto a las CCE en la FACE en campus Concepción, se observa desde la tabla 5 que la media es superior para ingeniería comercial en lo que respecta a las CCE, comparada con las disciplinas de contador público y auditor, e ingeniería civil informática. Similar a lo que

ocurre en el campus Chillán, en el campus Concepción, en las tres disciplinas en estudio se reporta que las variables de las CCE con mayor puntuación son fijar metas, búsqueda de información y exigir eficiencia y calidad.

Tabla 5. Resultados descriptivos variables de las CCE para la FACE Concepción

Variables CCE	Campus Concepción					
	Contador público y auditor		Ingeniería civil informática		Ingeniería comercial	
	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	17.16	2.23	16.94	3.28	17.55	2.31
Persistencia	19.08	2.82	18.52	3.05	18.51	2.73
Cumplimiento	18.5	2.05	17.76	2.53	18.17	2.57
Exigir eficiencia y calidad	19.74	2.66	18.93	2.98	19.47	2.46
Correr riesgos calculados	17.28	2.59	17.27	2.26	17.51	1.97
Fijar metas	19.94	3.27	18.83	3.67	20.15	3.06
Búsqueda de información	19.2	2.43	19.2	2.68	19.64	2.09
Planificación sistemática y seguimiento	17.62	2.35	18.51	3.26	18.64	2.42
Persuasión y redes de apoyo	16.64	2.37	17.35	2.22	17.52	2.12
Autoconfianza e independencia	19.12	2.71	17.77	3.14	18.47	2.94
Promedio general CCE	18.43	2.55	18.108	2.91	18.56	2.47

Fuente: elaboración de los autores.

Igualmente, las variables con menor puntuación para las tres disciplinas son búsqueda de oportunidades e iniciativa, persuasión y redes de apoyo, y correr riesgos calculados.

En segundo lugar, para responder a las hipótesis planteadas previamente, se utilizó un Anova de un factor para analizar si las variables de las CCE difieren en las distintas cohortes de interés. Para la hipótesis 1, según la tabla 6, se indica que el Anova establece que las variables de las CCE que generan diferencias significativas para la cohorte género se atribuyen a las CCE de cumplimiento, exigir eficiencia y calidad, y fijar metas. Para la hipótesis 2, el Anova señala que las variables que generan diferencias significativas para la cohorte disciplina (ingeniería comercial respecto a las demás) son exigir eficiencia y calidad, fijar metas y autoconfianza e independencia. Finalmente, para la hipótesis 3, el Anova determina que las variables de la CCE no generan diferencias significativas para la cohorte de ubicación geográfica entre ambos grupos (campus Concepción y Chillán).

Tabla 6. Resultados Anova

		Género		Disciplina		Ubicación geográfica	
		Suma de cuadrados	Sig.	Suma de cuadrados	Sig.	Suma de cuadrados	Sig.
Búsqueda de oportunidades e iniciativa	Entre grupos	1.94	0.600	24.29	0.063	19.11	0.099
	Dentro de los grupos	2508.93		2486.58		2491.75	
	Total	2510.86		2510.86		2510.86	
Persistencia	Entre grupos	9.82	0.277	0.91	0.741	5.85	0.401
	Dentro de los grupos	2949.05		2957.96		2953.01	
	Total	2958.87		2958.87		2958.87	
Cumplimiento	Entre grupos	31.81	0.018	0.76	0.717	17.69	0.079
	Dentro de los grupos	2024.96		2056.01		2039.08	
	Total	2056.77		2056.77		2056.77	
Exigir eficiencia y calidad	Entre grupos	33.65	0.034	33.68	0.034	2.218	0.587
	Dentro de los grupos	2653.16		2653.14		2684.59	
	Total	2686.82		2686.82		2686.82	
Correr riesgos calculados	Entre grupos	0.16	0.862	1.83	0.554	1.84	0.55
	Dentro de los grupos	1865.45		1863.77		1863.77	
	Total	1865.61		1865.61		1865.61	
Fijar metas	Entre grupos	101.60	0.003	47.49	0.048	2.29	0.665
	Dentro de los grupos	4241.19		4295.29		4340.49	
	Total	4342.78		4342.78		4342.79	
Búsqueda de información	Entre grupos	18.32	0.065	6.95	0.256	0.08	0.969
	Dentro de los grupos	1908.47		1919.84		1926.78	
	Total	1926.79		1926.79		1926.79	
Planificación sistemática y seguimiento	Entre grupos	0.40	0.814	7.66	0.306	22.02	0.082
	Dentro de los grupos	2613.56		2606.30		2591.94	
	Total	2613.97		2613.96		2613.97	
Persuasión y redes de apoyo	Entre grupos	0.41	0.79	119.60	0.148	2.29	0.527
	Dentro de los grupos	2040.60		2028.64		2038.32	
	Total	2040.60		2040.60		2040.60	
Autoconfianza e independencia	Entre grupos	8.87	0.315	74.43	0.003	0.00009	0.997
	Dentro de los grupos	3123.22		3057.66		3132.09	
	Total	3132.09		3132.09		3232.09	

Fuente: elaboración de los autores.

Discusión

Estudios previos analizan el cuestionario proveniente de McClelland sobre las CCE (Ferreira et al., 2021; Benítez & Carrasco, 2019). Sin embargo, este estudio permite analizar las CCE de estudiantes universitarios de primer año de la FACE en una universidad estatal ubicada en el centro sur de Chile. En específico, este análisis permitió centrarse en las CCE de los estudiantes de primer año respecto a las cohortes de género, disciplinas (ingeniería comercial, ingeniería civil informática, contador público y auditor) y ubicación geográfica de la universidad (campus Chillán y Concepción).

Respondiendo al objetivo de esta investigación, se determinaron las CCE que poseen los estudiantes universitarios acorde con el nivel de importancia que declararon a cada una de las variables o necesidades de McClelland. Los resultados, en general, indicaron que los estudiantes de primer año declaran diferencias significativas en varias variables para las distintas cohortes. Estas diferencias confirman que la EE debe ser contextualmente apropiada al entorno del mercado (Bandera et al., 2018), siendo necesario que los educadores en emprendimiento colaboren en los contenidos y en el diseño de los programas de estudio de acuerdo con las variables significativas de las cohortes, analizando también qué tendencias de empleo emergentes surgen en el mercado, cómo los educadores pueden enseñar estas habilidades (Pepin, 2018) y las necesidades requeridas para mejorar el comportamiento emprendedor de los estudiantes de primer año.

Según el análisis descriptivo, se concluye que tanto para el campus Chillán como para el campus Concepción la disciplina de ingeniería comercial posee una media superior de las CCE comparada con las demás disciplinas que estudiaban los estudiantes de primer año. Esta diferencia en las CCE puede explicarse por el perfil de cada una de las carreras de la FACE en la universidad en estudio. Con respecto al perfil de la disciplina de ingeniería comercial,¹ señala que sus estudiantes poseen el sello del emprendimiento, la innovación y la responsabilidad social, lo cual permite contribuir al desarrollo del país. Una de las fortalezas de esta disciplina es la capacidad para emprender negocios propios. En cambio, el perfil de las demás disciplinas, como la de ingeniería civil informática, revela que

¹ Obtenido desde la página web de la universidad estudiada.

sus estudiantes tienen como sello distintivo el conocimiento de la gestión organizacional y la disposición al logro de metas, optimizando aquellos recursos informáticos que se encuentran disponibles en la organización en la que se desenvuelven. Por otro lado, el perfil de la disciplina de contador público y auditor muestra que sus estudiantes son profesionales capaces de elaborar, analizar y controlar información tributaria y financiera. Los estudiantes de esta disciplina dominan las técnicas de control de gestión con el apoyo de tecnologías, contribuyendo a la toma de decisiones más eficientes desde los diversos agentes económicos, esto en el ámbito de su competencia. El análisis del perfil emprendedor en diversas disciplinas que también fue hallado en el estudio de Pulgarín y Cardona (2011) demuestra que la carrera de Administración de Empresas (en el contexto chileno, ingeniería comercial) obtiene una puntuación mayor de las características emprendedoras que otras disciplinas.

Si bien se realizó un análisis de las variables de CCE, describiendo aquellas con mayor o menor presencia en los estudiantes universitarios de primer año, para una mejor comprensión este estudio trata de comprender a qué se pueden deber estas diferencias, si al género, y qué variables de CCE serían significativas (hipótesis 1); si a la disciplina del programa al cual asistían los estudiantes, y qué variables de CCE serían significativas (hipótesis 2); o si a la ubicación geográfica —el campus universitario— en la que se encontraban los estudiantes, y qué variables de CCE serían significativas (hipótesis 3).

Respecto a los resultados encontrados en cada uno de los análisis, en primer lugar, en cuanto a la hipótesis 1, se determina que las variables de CCE de cumplimiento, exigir eficiencia y calidad (necesidades de logro) y fijar metas (necesidades de afiliación) presentan diferencias significativas según el género. Esto indicó que las variables no tenían el mismo nivel de importancia para los estudiantes de primer año de género femenino en comparación con los estudiantes de primer año de género masculino de la FACE. Como lo apuntan Villalba y Ortega (2021), existe evidencia de que los jóvenes de distintos géneros de Paraguay presentan un nivel similar de desarrollo de las CCE. Aunque Salavou et al. (2021) en su estudio empírico en países europeos enuncian que las jóvenes de género femenino manifiestan una intención empresarial más baja que los jóvenes de género masculino. Por el contrario, en el estudio de Maldonado (2019), quien examina el género dentro de las intenciones emprendedoras, se indica que no se reportan diferencias significativas entre ambos géneros. Para Pelegrini y De Moraes (2021), la diferencia de género en las CCE radica

en la autoeficacia de las mujeres, quienes evidencian un mayor impacto en las intenciones emprendedoras.

En segundo lugar, con respecto a la hipótesis 2, se determina que las variables de CCE de exigir eficiencia y calidad (necesidades de logro), fijar metas (necesidades de afiliación) y autoconfianza e independencia (necesidades de poder) presentan diferencias significativas entre las disciplinas de ingeniería comercial y las demás disciplinas. Estas diferencias entregaron una mejor comprensión de aquellos comportamientos esenciales para emprender entre los estudiantes de primer año, indicando que a través de la EE se puede actuar como un facilitador; es por ello que los docentes de emprendimiento y otras materias que conforman la malla curricular de las disciplinas de la FACE pueden impulsar la pasión y la motivación de otros para convertirse en emprendedores (Ratten & Usmanij, 2021), potenciando así las demás necesidades de McClelland entre los estudiantes. Entonces, cambiando los métodos de enseñanza y los recursos, permitiría facilitar el emprendimiento entre las distintas disciplinas.

En tercer lugar, en relación con la hipótesis 3, se determina que no existen variables CCE que presenten una diferencia significativa respecto a la ubicación geográfica entre los campus Chillán y Concepción. Estos hallazgos son relevantes por considerar en la FACE de la universidad en estudio, ya que los perfiles de los egresados y los contenidos para potenciar la EE en las distintas disciplinas de la FACE podrían ser iguales para ambos campus, lo cual es lógico considerando los aspectos académicos institucionales.

Conclusiones

Este estudio analizó las CCE de estudiantes universitarios de primer año de la FACE en una universidad estatal ubicada en el centro sur de Chile. Utilizando diversas cohortes de género, disciplinas (ingeniería comercial, ingeniería civil informática, contador público y auditor) y ubicación geográfica de la universidad (campus Chillán y Concepción), se obtuvieron resultados y discusiones al respecto.

Así también, los resultados encontrados permiten contribuir empíricamente a la literatura de EE al utilizar las CCE en estudiantes de primer año en una FACE en un país emergente como Chile. Además, este estudio presenta implicancias prácticas para los administradores de la universidad en estudio, quienes son los que toman decisiones en la elaboración de los programas de estudios sobre EE, y de los que se espera que tomen medidas y realicen mejoras sobre las CCE encontradas en los estudiantes de primer año, para así poder direccionar el diseño de programas al perfil que se define en cada una de las disciplinas de la FACE de la universidad (ingeniería comercial, ingeniería civil informática, contador público y auditor). De esta manera, tanto las universidades de institución superior como los docentes de la enseñanza de emprendimiento pueden potenciar actividades y diseñar estrategias innovadoras con nuevos métodos de EE para impulsar las CCE en los estudiantes universitarios. Así mismo, analizar las CCE en los estudiantes permitirá a los docentes orientar sus objetivos educacionales específicamente a aquellas necesidades más débiles y que requieren ser repensadas para que los estudiantes como profesionales logren en el futuro desarrollar emprendimientos que sean sostenibles en el tiempo.

Si bien este estudio encontró resultados interesantes respecto a las CCE y a las hipótesis testeadas, también se presentan algunas limitaciones. El contexto de estudio de una universidad estatal, en la que futuras investigaciones podrían realizar estudios similares en otras universidades estatales o privadas, o en otras áreas geográficas con fines comparativos. Además, el contar con datos transversales es una limitación, recomendándose que investigaciones posteriores consideren datos longitudinales para efectuar el seguimiento de las CCE de los estudiantes a lo largo de su avance académico y así analizar de mejor manera el perfil de los estudiantes en las distintas disciplinas. También, el investigar las CCE en otros contextos, como lo ocurrido durante la pandemia del Covid-19, en que la educación remota de emergencia podría generar otras CCE (por ejemplo, Guiñez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022). Así mismo, otros estudios podrían considerar otras variables de control para mejorar los resultados, o considerar un estudio cualitativo que permita comprender el porqué y el cómo los estudiantes se identifican con determinadas variables de CCE.

Apoyos y soporte financiero de la investigación

Entidad: Universidad del Bío-Bío. País: Chile. Proyecto subvencionado: Fondo Desarrollo de la Docencia (FDD). Código de proyecto: FDD2019-24.

Referencias

- Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The International Journal of Management Education*, 14(2), 116-132. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>
- Ahmed, T., Rehman, I. U., & Sergi, B. S. (2019). A proposed framework on the role of entrepreneurial education and contextual factors. In B. S. Sergi & C. C. Scanlon (Eds.), *Entrepreneurship and development in the 21st century* (pp. 47-68). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-233-720191005>
- Alvim, S., & Loiola, E. (2010). Construção e validação de escala de impacto em profundidade: o caso do Empretec. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 10(1), 37-51. <https://bit.ly/3KSnvqm>
- Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial intention of engineering students: the role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability*, 11(16), 4314. <https://doi.org/10.3390/su11164314>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bandera, C., Eminent, A., Passerini, K., & Pon, K. (2018). Using mind maps to distinguish cultural norms between French and United States entrepreneurship students. *Journal of Small Business Management*, 56, 177-196. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12398>
- Baruah, B., & Ward, A. (2014). Enhancing intrapreneurial skills of students through entrepreneurship education. In *2014 Information Technology based Higher Education and Training (ITHET)* (pp. 1-6). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ITHET.2014.7155682>
- Benítez, E. V., & Carrasco, R. J. O. (2019). Aproximación a las características emprendedoras del gestor universitario. *Arandu UTIC*, 6(1), 145-162. <https://bit.ly/34IDOV5>
- Bhide, A. (2000). *The origin and evolution of new businesses*. Oxford University Press.

- Boniolo, P., Dalle, P., Elbert, R., & Sautu, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso). <https://bit.ly/34kiTZo>
- Boubker, O., Arroud, M., & Ouajdouni, A. (2021). Entrepreneurship education versus management students' entrepreneurial intentions. A PLS-SEM approach. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100450. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100450>
- Colombelli, A., Loccisano, S., Panelli, A., Pennisi, O. A. M., & Serraino, F. (2022). Entrepreneurship education: the effects of challenge-based learning on the entrepreneurial mindset of university students. *Administrative Sciences*, 12(1), 10. <https://doi.org/10.3390/admsci12010010>
- Creswell, J., & Creswell, D. (2017). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications. <https://bit.ly/3HkxL8y>
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: the mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100296. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.04.001>
- Dickson, P. H., Solomon, G. T., & Weaver, K. M. (2008). Entrepreneurial selection and success: does education matter? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15, 239-258. <https://doi.org/10.1108/14626000810871655>
- Douglas, E. J. (2020). *Entrepreneurial intention: past, present, and future research*. Edward Elgar Publishing. <https://bit.ly/3L1qsoA>
- Dutta, D. K., Li, J., & Merenda, M. (2011). Fostering entrepreneurship: impact of specialization and diversity in education. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 163-179. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0151-2>
- Duval-Couetil, N., Ladisch, M., & Yi, S. (2021). Addressing academic researcher priorities through science and technology entrepreneurship education. *The Journal of Technology Transfer*, 46(2), 288-318. <https://doi.org/10.1007/s10961-020-09787-5>
- Entrialgo, M., Fernández, E., & Vázquez, C. J. (2001). El comportamiento emprendedor y el éxito de la pyme: modelos de contingencia y configuracionales. *Dirección y Organización, Revista de Ingeniería de Organización*, 25-43. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i25.220>
- Ferreira Martins, M., Henriques-de-Brito, M., & Ruiz Garcia, M. (2021). The impact of Empretec entrepreneurship training workshop on Brazilian businesses. *SSRN*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3937662>
- Fundación CIRDA. (2017). *Taller de desarrollo del comportamiento emprendedor*. <https://bit.ly/35yn6sV>

- Galvao, A., Ferreira, J. J., & Marques, C. (2018). Entrepreneurship education and training as facilitators of regional development: a systematic literature review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(1), 17-40. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2017-0178>
- Gartner, W. B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 27-39. <https://doi.org/10.1177/104225870102500403>
- Guerrero, M., & Serey, T. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2020*. <https://bit.ly/33ZzOAR>
- Guiñez-Cabrera, N., & Mansilla-Obando, K. (2022). Explorando la satisfacción y la insatisfacción del estudiantado universitario en enseñanza remota de emergencia. *Actualidades Investigativas en Educación*, 22(1), 1-28. <https://doi.org/10.15517/aie.v22i1.49066>
- Jiménez-Marín, G., Elías Zambrano, R. & Bellido-Pérez, E. (2020). 'Meetings with Professionals': the success of an innovative teaching methodology based on real business scenarios at the University of Seville, Spain. *International Journal of Social Policy and Education*, 2(8), 4-12. <https://bit.ly/3LjpzXI>
- Jones, P., Penaluna, A., & Pittaway, L. (2014). Entrepreneurship education: a recipe for change? *The International Journal of Management Education*, 12(3), 304-306. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.09.004>
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(5), 577-597. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., & Kiis, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 658-668. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/ Small Business*, 3(1), 11-35. <https://bit.ly/34qKmZy>
- Maldonado, R. H. (2019). Intención emprendedora: ¿es influenciada por factores de personalidad y género? *Revista Academia & Negocios*, 4(2), 1-12. <https://bit.ly/3L2hxDI>
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172-179. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Matlay, H. (2008). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 382-396. <https://doi.org/10.1108/14626000810871745>

- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*, Princeton, NJ. Van Nostrand.
- McClelland, D. C. (1989). *Estudio de la motivación humana (Vol. 52)*. Narcea Ediciones.
- Mei, W., & Symaco, L. (2020). University-wide entrepreneurship education in China's higher education institutions: issues and challenges. *Studies in Higher Education*, 47(1), 177-193. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1735330>
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352-369. <https://bit.ly/3gdvws4>
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2009.08.002>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (s. f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://bit.ly/3sG3hrz>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2021). *The missing entrepreneurs 2021. Policies for inclusive entrepreneurship and self-employment*. <https://bit.ly/405EFYf>
- Park, S. I. S., & Masi, S. D. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314. <https://bit.ly/3gfvG1P>
- Pelegrini, G. C., & De Moraes, G. H. S. M. (2021). Does gender matter? A university ecosystem, self-efficacy and entrepreneurial intention analysis in Brazilian universities. *Gender in Management: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/GM-01-2021-0007>
- Pepin, M. (2018). Learning to be enterprising in school through an inquiry-based pedagogy. *Industry and Higher Education*, 32(6), 418-429. <https://doi.org/10.1177/0950422218802536>
- Pulgarín Molina, S. A., & Cardona Acevedo, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario. *Revista EAN*, (71), 22-39. <https://bit.ly/3oerZy6>
- Puni, A., Anlesinya, A., & Korsorku, P. D. A. (2018). Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(4), 492-511. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-09-2017-0211>
- Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: time for a change in research direction? *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100367. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100367>

- Ricci, R., Colombelli, A., & Paolucci, E. (2019). Entrepreneurial activities and models of advanced European science and technology universities. *Management Decision*, 57(12), 3447-3472. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2018-1237>
- Salavou, H. E., Chalkos, G., & Lioukas, S. (2021). Linkages between entrepreneurial intentions and entrepreneurship education: new evidence on the gender imbalance. *Education + Training*, 63(6), 906-919. <https://doi.org/10.1108/ET-10-2020-0301>
- Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Torres Coronas, T., & Vidal Blasco, M. A. (2019). La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Empresa*, 21(37), 108-135. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6522>
- Turner, T., & Gianiodis, P. (2018). Entrepreneurship unleashed: understanding entrepreneurial education outside of the business school. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 131-149. <https://bit.ly/3gk6jff>
- Villalba Benítez, E. F., & Ortega Carrasco, R. J. (2021). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. *Suma de Negocios*, 12(26), 31-40. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a>
- Yusof, M., & Jain, K. K. (2010). Categories of university-level entrepreneurship: a literature survey. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 81-96. <https://doi.org/10.1007/s11365-007-0072-x>