

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

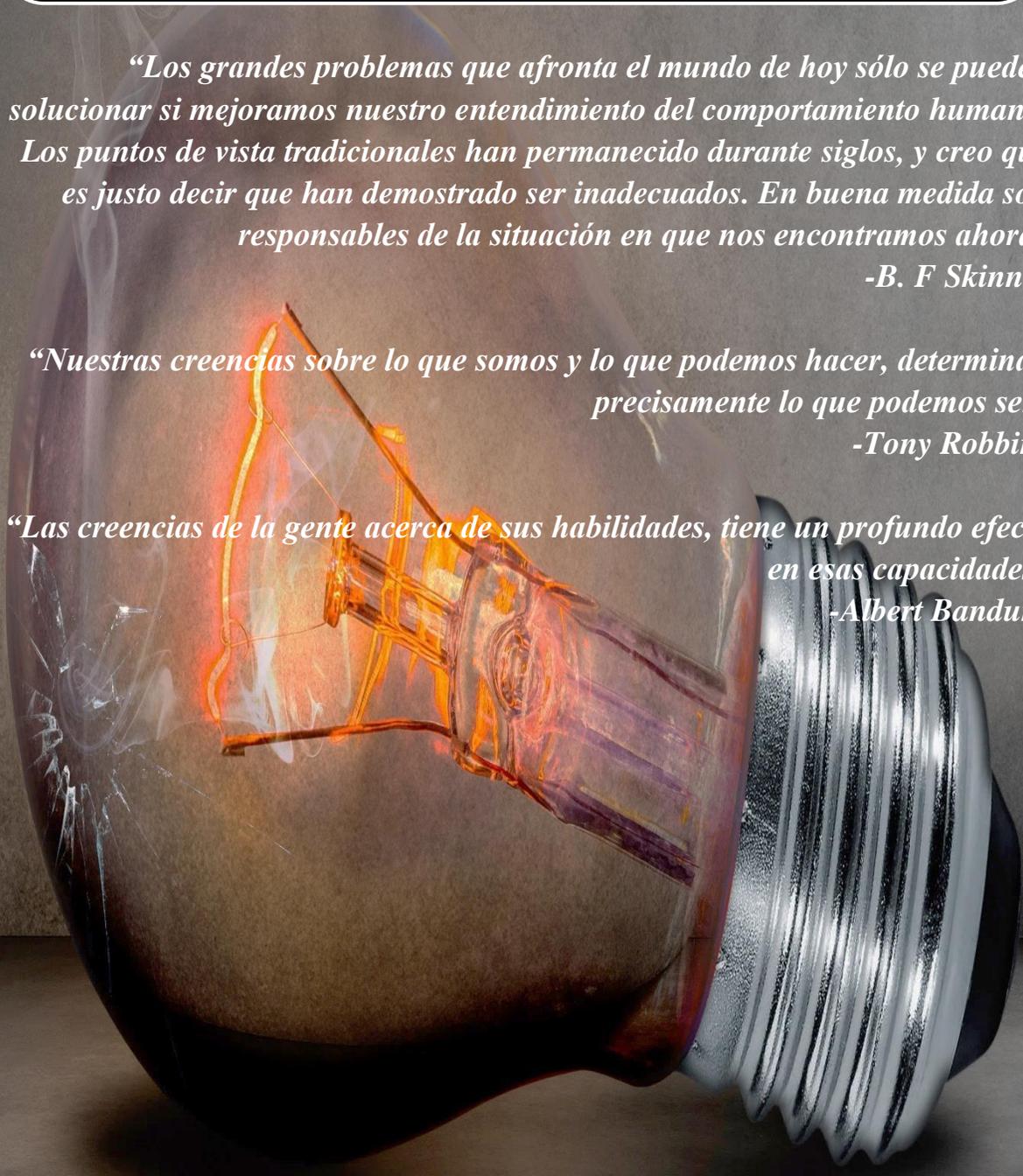


**ESTUDIO DE LA PREDISPOSICIÓN E INTENCIÓN  
EMPREDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA CAE-UMSA EN  
EL MARCO DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO  
PLANIFICADO**

Artículo Científico presentado para la obtención del grado de Licenciatura en Administración de Empresas y Gerencia Financiera

**AUTOR (A): ABIGAIL REVECA ESTRADA SALGADO  
BAJO LA TUTORIA DEL: MSC. JORGE RICARDO RIVEROS SALAZAR**

**LA PAZ – BOLIVIA  
2023**



***“ESTUDIO DE LA PREDISPOSICIÓN E INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA CAE-UMSA EN EL MARCO DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO”***

*“Los grandes problemas que afronta el mundo de hoy sólo se pueden solucionar si mejoramos nuestro entendimiento del comportamiento humano. Los puntos de vista tradicionales han permanecido durante siglos, y creo que es justo decir que han demostrado ser inadecuados. En buena medida son responsables de la situación en que nos encontramos ahora”*

*-B. F Skinner*

*“Nuestras creencias sobre lo que somos y lo que podemos hacer, determinan precisamente lo que podemos ser”*

*-Tony Robbins*

*“Las creencias de la gente acerca de sus habilidades, tiene un profundo efecto en esas capacidades”*

*-Albert Bandura*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Concluyendo esta investigación, quiero aprovechar este espacio para agradecer en primer lugar a Dios; Porque todas las cosas provienen de Él y existen por su poder y son para su gloria.*

*Agradezco a toda mi familia por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera. Un reconocimiento especial a mi padre Oscar Estrada Paredes y a mi hermana Alejandra Estrada Salgado. Quienes depositaron su entera confianza en mí y me enseñaron a ver los fracasos como oportunidades.*

*A mi docente, MSc. Jorge Riveros Salazar por su tiempo, acompañamiento y cada uno de los conocimientos transmitidos en el desarrollo de esta investigación.*

*A mi querida Universidad Mayor de San Andrés por haberme dado la oportunidad de formar parte de sus aulas y llenarme de conocimientos.*

*Finalmente agradecer a la Carrera de Administración de Empresas y a todos los docentes que me transmitieron las herramientas necesarias para culminar este trabajo de investigación*

# INDICE

<b>RESUMEN</b> .....	1
<b>ABSTRACT</b> .....	1
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>Antecedentes</b> .....	2
<b>Pregunta de Investigación</b> .....	2
<b>Objetivo General</b> .....	2
<b>Objetivos Específicos</b> .....	2
<b>Justificación</b> .....	3
<b>Marco Teórico</b> .....	3
<b>METODOLOGÍA</b> .....	4
<b>RESULTADOS</b> .....	4
<b>Resultados Generales</b> .....	4
<b>Intención</b> .....	5
<b>Actitudes</b> .....	6
<b>Norma Subjetiva</b> .....	10
<b>Control Percibido</b> .....	11
<b>Análisis Correlacional</b> .....	12
<b>DISCUSIÓN</b> .....	13
<b>CONCLUSIONES</b> .....	14
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	15
<b>ANEXOS</b> .....	18

# “ESTUDIO DE LA PREDISPOSICIÓN E INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA CAE-UMSA EN EL MARCO DE LA TEORIA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO”

## “STUDY OF ENTREPRENEURIAL PREDISPOSITION AND INTENTION IN CAE-UMSA STUDENTS WITHIN THE FRAMEWORK OF THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR”

Abigail Reveca Estrada Salgado  
Universidad Mayor de San Andrés  
Facultad de Ciencias Económicas y Financieras  
[estradasalgadoabigail@gmail.com](mailto:estradasalgadoabigail@gmail.com)

### RESUMEN

El presente trabajo es resultado del estudio de la intención emprendedora en los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Mayor de San Andrés, tomando como referente la Teoría del Comportamiento Planificado, que propone variables de estudio de las que depende la intención de emprender. Es de gran importancia puesto que representa la primera etapa del proceso emprendedor. La intención, las actitudes, norma subjetiva y el control percibido de los estudiantes son las variables que se describen en el desarrollo de este documento. La relación positiva de estas daría lugar a la intención de emprender y posiblemente ejecutar el comportamiento. En el desarrollo se encontró que existe interés por parte de los estudiantes en realizar un emprendimiento, el sentido de logro es el elemento más destacado que motiva al estudiante para asumir una predisposición positiva, la familia es el factor más importante de la norma subjetiva y la creencia en la capacidad propia es determinante para la intención de emprender.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, intención emprendedora, comportamiento planificado

### ABSTRACT

The present work is the result of the study of the entrepreneurial intention in the students of the Business Administration career of the Universidad Mayor de San Andrés, taking as a reference the Theory of Planned Behavior, which proposes study variables on which the entrepreneurial intention depends, being of great importance since it represents the first stage of the entrepreneurial process. Intention, attitudes, subjective norm and perceived control of the students are the variables described in the development of this paper. The positive relationship of these variables would result in the intention to entrepreneurship and possibly execute the behavior. In the development it was found that there is interest on the part of the students in undertaking an entrepreneurship, the sense of achievement is the most outstanding element that motivates the student to assume a positive predisposition, the family is an

important factor of the subjective norm and the belief in one's own capacity is a determinant for the intention to be an entrepreneur

**Keywords:** Entrepreneurship, entrepreneurial intention, planned behavior

## **INTRODUCCIÓN**

### **Antecedentes**

El emprendimiento es sinónimo de creación de nuevas oportunidades y diseño de soluciones para el desarrollo económico y social. Es innegable el papel que tiene la creación de empresas sobre los objetivos de crecimiento y pleno empleo de un país. En países de primer mundo la puesta en marcha de ideas innovadoras junto con iniciativas políticas y sociales dieron como resultado el fortalecimiento económico, siendo esta una alternativa para países en vías de desarrollo como Bolivia (Andrade, 2020). Por su lado las instituciones como las universidades son actores importantes en ese proceso puesto que un elemento clave para mejorar la empleabilidad está relacionada con potenciar las actitudes emprendedoras que darán lugar a la intención emprendedora de los estudiantes. En esta misma perspectiva (Schwarz, Malgorzata A. Wdowiak, Daniela A. Almer-Jarz , & Robert J. Breitenecker, 2009) proponen el desarrollo de competencias empresariales como capacidades vitales y cruciales que deben ser el objetivo principal de todas las facultades universitarias.

En el caso de la Carrera de Administración de Empresas la formación de emprendedores hace parte de la razón de ser que declara en su misión, así como su compromiso con el desarrollo sostenible. En este sentido los conocimientos impartidos son herramientas que le permiten al estudiante gestionar recursos y desarrollar habilidades gerenciales para llevar a cabo aquellas ideas que satisfagan diferentes necesidades.

El objetivo de este trabajo de investigación fue analizar la predisposición e intención emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas con base en la Teoría del comportamiento Planificado propuesta por Ajzen y Fishbein. Se buscó llenar el vacío de conocimiento con relación al estado del emprendimiento universitario, medir el grado de interés en el mismo y determinar cuáles son los factores que influyen de mayor manera en la intención emprendedora

### **Pregunta de Investigación**

¿Cuál es el estado de la intención emprendedora en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas con base en la Teoría del Comportamiento Planificado?

### **Objetivo General**

Analizar la intención emprendedora en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas con base en la Teoría de la Acción Planificada

### **Objetivos Específicos**

- Determinar el grado de interés sobre la intención de emprender
- Conocer las actitudes personales que poseen los estudiantes con relación al emprendimiento
- Describir los aspectos sociales o normas subjetivas que influyen en el desarrollo de

la intención emprendedora

- Determinar el control percibido que poseen los estudiantes

### **Justificación**

Conocer el estado de la intención emprendedora (actitudes, normas subjetivas y autoeficacia) en el ámbito universitario de la carrera de Administración de Empresas, permitirá que los actores interesados dispongan de información para incidir con mayor eficacia en programas educativos. Así también ajustar estrategias para la promoción del emprendedurismo.

### **Marco Teórico**

El hecho de estudiar Administración de Empresas es considerado como una condición importante para emprender, con relación a esto algunos datos recabados de centro de cómputo nos indicaron que el número de estudiantes titulados en la mención de emprendimiento es del 2% en la gestión 2016/01 y que en posteriores gestiones el porcentaje desciende al 0%. Una tesis acerca de la situación laboral de los profesionales de la CAE revela que aquellos estudiantes que eligieron esta mención en dicha gestión se encuentran laborando en el área financiera y no así en un emprendimiento (Limachi Quispe & Poma Huiza, 2019). En el ámbito nacional, la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca consideró relevante realizar un estudio con modelos de intención, tomando en cuenta que el emprendimiento es una opción laboral para los estudiantes y que la intención se constituye en un predictor del comportamiento (Ayaviri, Saucedo, Poveda, & Melo Mariano). En este sentido se realizó un análisis de la intención emprendedora a partir de las creencias y actitudes de los estudiantes. Siendo estos factores determinantes en la materialización de un emprendimiento.

El presente estudio toma como base la teoría del comportamiento planificado (TCP), que tiene como antecedente la Teoría de la Acción Razonada (TAR), propuesta por Ajzen y Fishbein. Este se centra en proponer un modelo que permita predecir el comportamiento, relacionando elementos que subyacen a la conducta final del individuo. (Ajzen & Fishben, 1991). Se basa en la relación que tienen creencias-actitud-intención-comportamiento y contempla variables determinantes o explicativas de la intención de comportamiento: la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva del individuo y el control percibido (*Anexo 1*).

La actitud hacia el comportamiento hace referencia a la predisposición, favorable o desfavorable, hacia el desarrollo de una conducta determinada y es resultado de las creencias que tiene el individuo en relación al comportamiento y la evaluación que éste hace de dicha creencia (Ajzen & Fishben, 1991). Las creencias impactan notablemente la forma en la que los humanos deciden ejercer su trayecto de vida (Riveros Nava & Bazurco Mancilla, 2018). En este sentido los rasgos actitudinales influirán en gran manera en cómo encara ciertas situaciones el individuo.

La norma subjetiva es el resultado de los sentimientos que tiene el individuo de la opinión de otras personas, familia, amigos, compañeros de trabajo, entre otros. Se deriva de dos factores subyacentes básicos: las creencias normativas que el individuo atribuye a sus personas de

referencia y la motivación para comportarse de acuerdo con los deseos de estas personas. (Ajzen & Fishben, 1991)

El control conductual percibido implica la percepción de la propia capacidad del individuo para realizar el comportamiento, sobre la facilidad o dificultad de realizar el comportamiento de interés. (Ajzen & Fishben, 1991)

De acuerdo con los postulados de la Teoría de Acción Razonada, el antecedente directo del comportamiento emprendedor, como la creación de una empresa propia, será su intención o propósito de desarrollar dicha conducta en el futuro. Por su parte, la intención de emprendimiento estará influida en primer lugar por la actitud hacia el emprendimiento, es decir, por la predisposición global del individuo hacia la creación de su propio negocio y de las consecuencias asociadas a dicha conducta. (Sampedro Rueda, Fernández-Laviada, & Herrero Crespo, 2013)

La literatura demuestra que esta teoría ha sido aplicada en diversas investigaciones en el campo del emprendimiento, debido a su validez para explicar el comportamiento. Si bien los enfoques han sido variados, se coincide en la aplicabilidad de este modelo centrado en la conducta e intenciones, confirmando que la actitud es determinante en la acción y a su vez en la intención de crear un negocio propio (Krueger, D.Reilly, & Carsrud, 2000; Krueger, D.Reilly, & Carsrud, 2000) .

## **METODOLOGÍA**

El tipo de investigación que se realizó fue de carácter cuantitativo puesto que se basó en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Sampieri, 2014) En cuanto a su nivel de profundización fue de carácter descriptivo.

La recolección de datos se realizó las primeras semanas de abril, considerando una población que alcanza a los 3128 estudiantes. Para el cálculo de la muestra se realizó un muestreo probabilístico estratificado, con un nivel de confianza del 95% y un porcentaje de error de 0,06. (Anexo 2). Por lo tanto, el resultado fue la aplicación de 246 encuestas de manera virtual, a través de la plataforma Google Forms.

Los métodos de investigación aplicados son la investigación documental o bibliográfica y una encuesta direccionada a estudiantes matriculados en la carrera de Administración de Empresas de primero a noveno semestre, gestión 2022/01. El instrumento utilizado responde a los objetivos específicos que se encuentran operativizados (Anexo 3) y consta de 16 preguntas cerradas, dicotómicas, opción múltiple y de valoración (Anexo 4). Para las preguntas donde se utilizó la escala de Likert, se estableció un valor aritmético a cada respuesta y se asignó ponderaciones (Anexo 5) para facilitar la interpretación posterior.

## **RESULTADOS**

### **Resultados Generales**

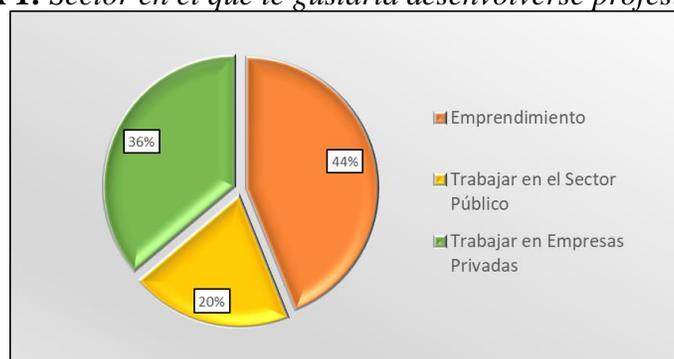
A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas a la población estudiantil de la Carrera de Administración de Empresas, tomando en cuenta las variables de

estudio propuestas en los objetivos. Los datos generales de la muestra se encuentran en anexos.

### Intención

Para realizar el estudio de la primera variable propuesta, como punto inicial se buscó entender la predisposición que los estudiantes tienen de realizar un emprendimiento al ingresar a la carrera, el interés de emprender considerando la importancia del mismo y finalmente la intención como tal de la creación de un emprendimiento.

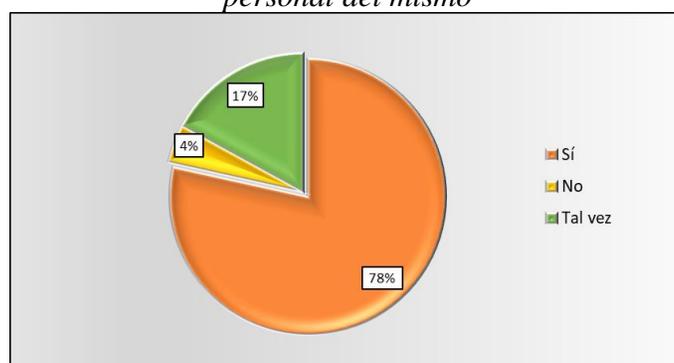
**FIGURA 1:** *Sector en el que le gustaría desenvolverse profesionalmente*



**Fuente:** Elaboración Propia

Los resultados reflejaron que el 44% de los estudiantes encuestados desearían desenvolverse profesionalmente desarrollando un emprendimiento, el 36% preferiría trabajar en el sector privado y 20% en el sector público.

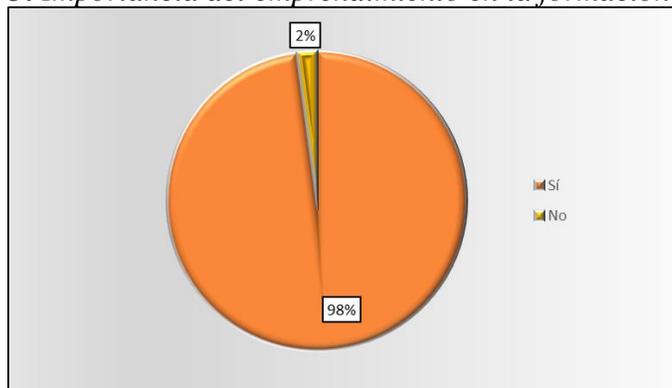
**FIGURA 2:** *Interés en el emprendimiento considerando el impacto económico, social y personal del mismo*



**Fuente:** Elaboración Propia

El 78% de los estudiantes considera que el emprendimiento sí es un tema relevante, el 17% opinó “tal vez y el” 4% considera que no es un tema relevante. Acerca de este último dato, la razón que dan los estudiantes a esta afirmación de desinterés por el emprendimiento, en el 82% de los casos, fue el desconocimiento del tema (Anexo 5).

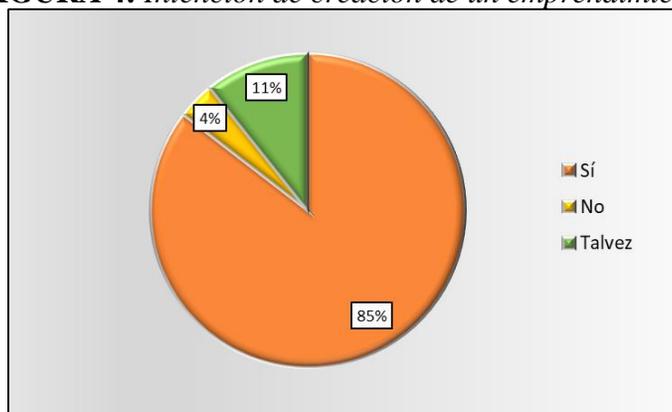
**FIGURA 3:** *Importancia del emprendimiento en la formación académica*



**Fuente: Elaboración Propia**

El 98% de los estudiantes encuestados considero como importante el emprendimiento dentro de su formación académica. Por medio de la pregunta se buscó entender la relevancia que tenía para los estudiantes aprender sobre emprendimiento.

**FIGURA 4:** *Intención de creación de un emprendimiento*



**Fuente: Elaboración Propia**

Los resultados reflejaron que el 85% de los estudiantes tendría la intención de crear su propio emprendimiento si dispusiera de los recursos necesarios y tuviera la oportunidad, el 11% tal vez lo haría y el 4% no tendría la intención de hacerlo.

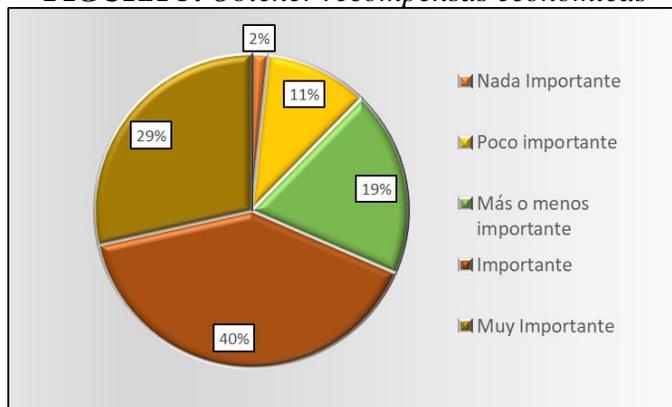
### **Actitudes**

Para realizar el estudio de esta variable, se buscó comprender la evaluación positiva y negativa de los estudiantes para desarrollar la acción de emprender. En este sentido se observan los elementos que los predisponen positivamente y negativamente para desarrollar el comportamiento. Para ello se desarrolló tabla de ponderación de las preguntas de valoración (Anexo 6).

## Elementos que le motivarían en la creación de su emprendimiento

Los elementos que los predisponen positivamente y que fueron planteados como parte del instrumento para el estudio son: obtener recompensas económicas, recompensas personales y lograr un patrimonio personal. Se buscó entender cuál de ellos tenía mayor relevancia.

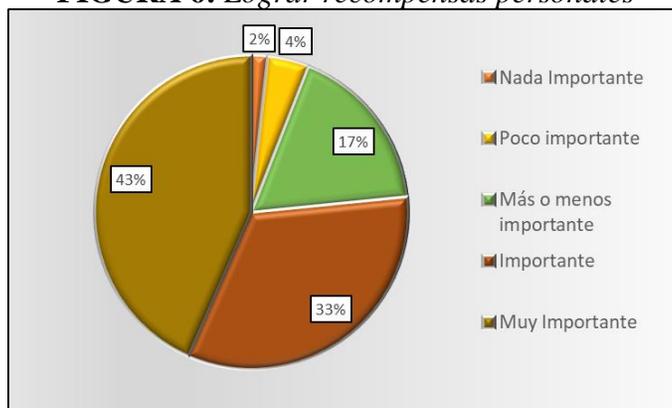
**FIGURA 5:** *Obtener recompensas económicas*



**Fuente:** Elaboración Propia

El 40% y 29% de los estudiantes encuestados consideró que obtener recompensas económicas es un elemento muy importante e importante respectivamente para la creación de un emprendimiento. Asimismo, el 19% considera que es más o menos importante. Finalmente, el 11% respondió que este elemento tiene poca importancia y el 2% que no tiene nada de importancia.

**FIGURA 6:** *Lograr recompensas personales*

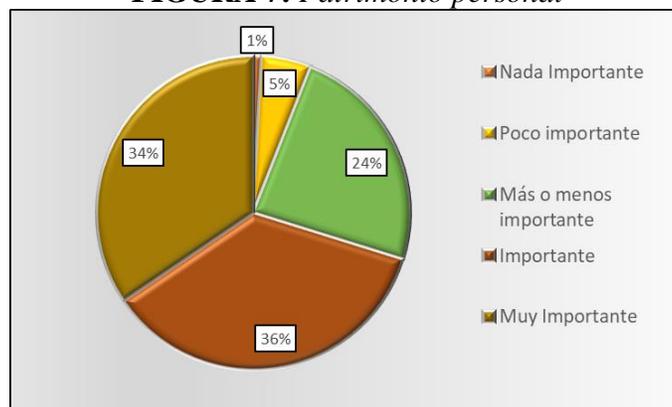


**Fuente:** Elaboración Propia

Las recompensas personales en esta pregunta hacen referencia al crecimiento personal y demostrar que es capaz de crear un emprendimiento. En este sentido, el 33% de los encuestados afirmó que es muy importante para ellos lograr recompensas personales, 43%

que afirmó que es importante, el 17% afirmó que es más o menos importante, el 4% poco importante y finalmente el 2% nada importante.

**FIGURA 7: Patrimonio personal**



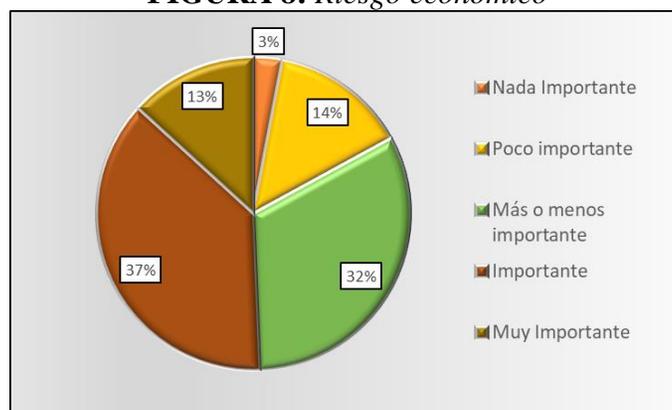
**Fuente: Elaboración Propia**

En cuanto a consolidar un patrimonio personal como un elemento que le motivaría en la creación de un emprendimiento, el 36% respondió que es muy importante, el 34% que es importante, el 24% más o menos importante, el 5% poco importante y el 1% nada importante.

### Elementos que le desmotivarían en la creación de su emprendimiento

Los elementos que predisponen negativamente tomados en consideración son el riesgo económico, falta de capital y falta de capacitación. Se buscó entender cuál es el más negativo para los estudiantes.

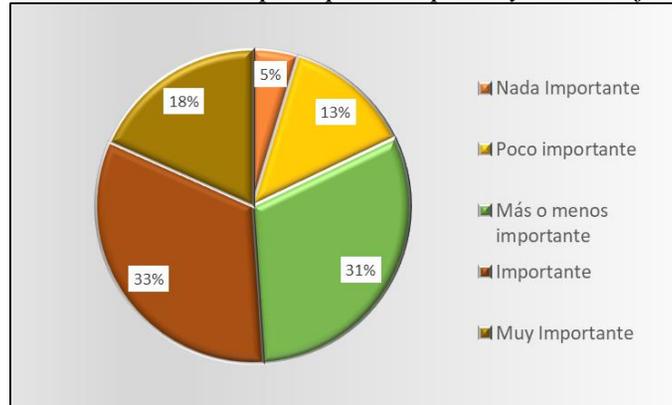
**FIGURA 8: Riesgo económico**



**Fuente: Elaboración Propia**

En cuanto al riesgo económico, el 13% de los estudiantes consideró que es un elemento muy importante que le desmotivaría en la creación de su emprendimiento, el 37% afirmó que es importante, el 32% más o menos importante, el 14% poco importante y el 2% considera que es nada importante.

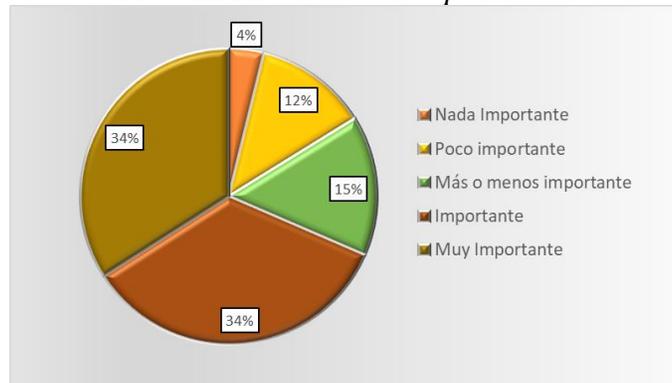
**FIGURA 9:** *Falta de capital para empezar y temor a fracasar*



**Fuente: Elaboración Propia**

La falta de capital para emprender, como un elemento que le desmotivaría al estudiante en la creación de un emprendimiento fue considerada como muy importante para el 18% de los estudiantes, el 33% afirmó que es importante, para el 31% es más o menos importante, 13% poco importante y para el 5% es nada importante

**FIGURA 10:** *Falta de capacitación*



**Fuente: Elaboración Propia**

La falta de capacitación y desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa fue señalada por el 34% de los estudiantes como un elemento muy importante que le desmotivaría en la creación de su emprendimiento, el 34% consideró que es importante, el 15% más o menos importante, 12% poco importante y el 4% nada importante.

### **Rasgos Actitudinales**

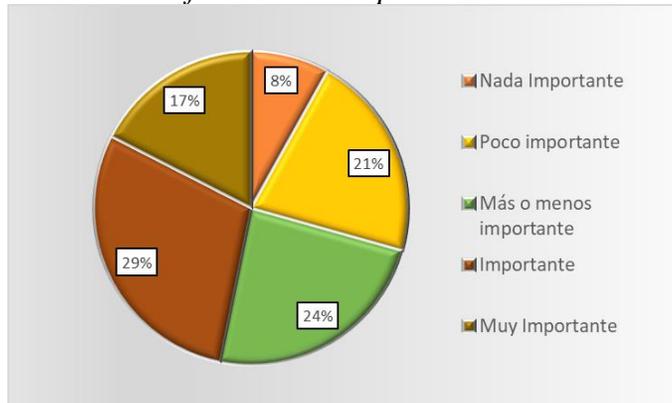
El 65% de los estudiantes señalaron no tener aversión al riesgo y el 35% afirma preferir las opciones más seguras, puesto que no implica una eventual pérdida (Anexo 8).

En cuanto al rasgo actitudinal de la innovación el 59% de los estudiantes afirmó su preferencia en participar en actividades creativas e innovadoras y el 41% restante señaló que prefiere desenvolverse en trabajos donde ya tiene experiencia en el procedimiento (Anexo 9)

## Norma Subjetiva

Para el estudio de esta variable, se realizó la evaluación de la importancia que tiene la aprobación en la creación de un emprendimiento por parte de la familia y amigos para el estudiante encuestado

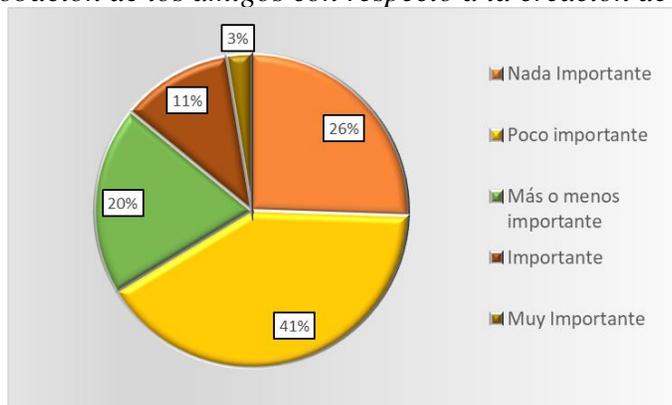
**FIGURA 11:** *Aprobación de la familia con respecto a la creación de un emprendimiento*



**Fuente:** Elaboración Propia

La aprobación de la familia con respecto a la creación de un emprendimiento fue considerada como muy importante para el 17% de los estudiantes, importante para el 29%, más o menos importante para el 24%, un poco importante para el 21% y nada importante para el 8%.

**FIGURA 12:** *Aprobación de los amigos con respecto a la creación de un emprendimiento*



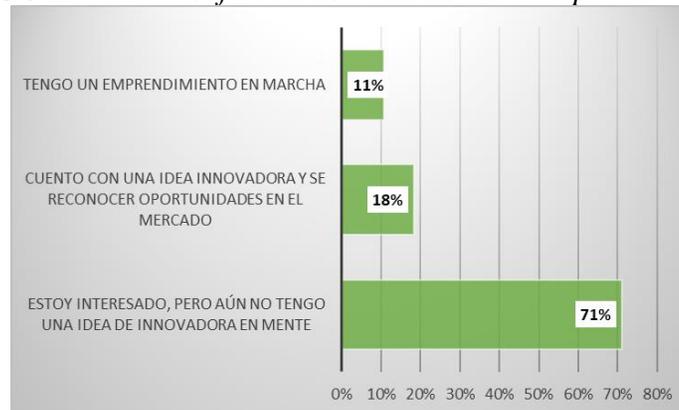
**Fuente:** Elaboración Propia

La aprobación de los amigos con respecto a la creación de un emprendimiento fue muy importante para el 3%, importante para el 11%, más o menos importante para el 20%, poco importante para el 41% y nada importante para el 26%.

## Control Percibido

Para el estudio de esta variable, se buscó entender la capacidad propia de los estudiantes con respecto a la creación de un emprendimiento y la evaluación de la creencia de éxito en el mismo.

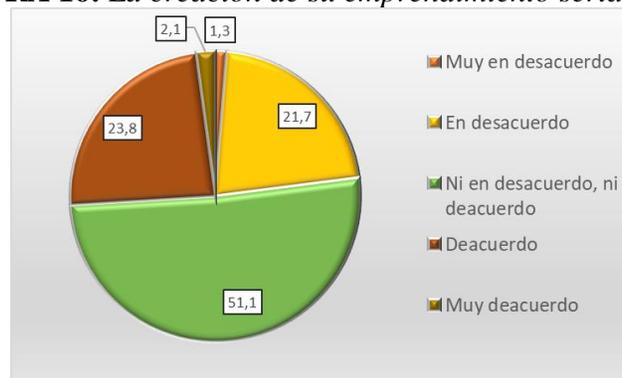
**FIGURA 15:** *Autoeficacia con relación a el emprendimiento*



**Fuente:** Elaboración Propia

La pregunta buscaba entender la relación que tienen los estudiantes con el comportamiento de interés, es decir el control percibido. El 71% indicó estar interesado, pero aún no tener una idea concreta de emprendimiento, el 18% afirmó tener una idea consolidada y la capacidad de reconocer oportunidades en el mercado y el 11% afirmó tener un emprendimiento en marcha.

**FIGURA 16:** *La creación de su emprendimiento sería exitosa*



**Fuente:** Elaboración Propia

El 2,1% se encontró muy de acuerdo con que su emprendimiento sería exitoso, el 23,8% se encuentra de acuerdo, el 51,1% no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo, el 21,7% estuvo en desacuerdo y finalmente el 1,3% estuvo muy en desacuerdo.

## Análisis Correlacional

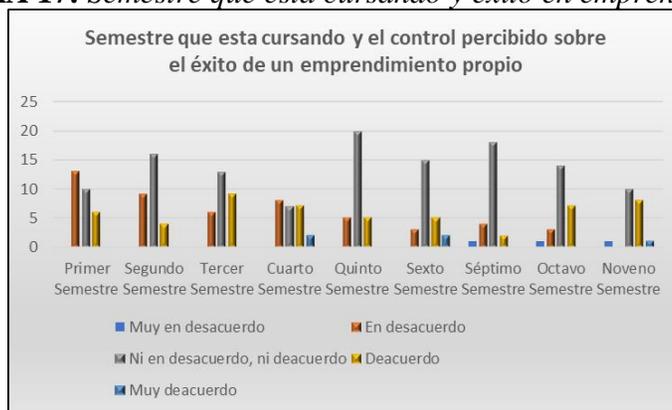
**FIGURA 16:** *Semestre y lugar en el que le gustaría desenvolverse profesionalmente*



**Fuente: Elaboración Propia**

La tabla cruzada presenta dos variables, el semestre que está cursando y el lugar en el que le gustaría desenvolverse. Se pudo observar que en los primeros semestres existe una tendencia a optar por el emprendimiento como un lugar preferido para desenvolverse profesionalmente. En los semestres avanzados se apreció menos esta tendencia.

**FIGURA 17:** *Semestre que está cursando y éxito en emprendimiento*



**Fuente: Elaboración Propia**

Se pudo observar una tendencia por la opción neutra “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” por parte de los estudiantes con respecto a la expectativa de éxito que poseen considerando sus capacidades personales. Asimismo, los estudiantes tienden a estar más de acuerdo con el control percibido con el paso de los semestres.

## DISCUSIÓN

No cabe duda del impacto económico, social y personal que produce el emprendimiento y el papel que juegan las instituciones educativas en la formación de emprendedores, en este caso la CAE. Las cuatro variables de estudio propuestas para analizar la intención emprendedora: Intención, Actitudes, Norma Subjetiva y Control Percibido. Se desarrollaron de la siguiente forma:

En cuanto a la **intención**, se pudo apreciar que la mayor parte de los estudiantes que ingresa a la carrera desea desenvolverse profesionalmente en su propio emprendimiento (Figura 1), entiende de la importancia e impacto del mismo y estaría de acuerdo con crear su propio emprendimiento si tuviera la oportunidad (Figura 3). Con relación a esto, un estudio sobre el contraste de la intención emprendedora entre dos facultades: Ciencias Administrativas y Ciencias Exactas en México (Contreras Cueva, Olga, & Macías Álvarez, 2020), concluye que los estudiantes de administración tienen mayor intención emprendedora y reflejan un mayor grado de control percibido, con respecto de los alumnos de ciencias exactas, por lo que podría concretarse la acción de emprender. Con base en todo lo anterior se podría inferir en que los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas ingresan a la universidad con la visión de ser emprendedores en algún momento. Un dato importante refleja que esta tendencia es más notoria en estudiantes de primeros semestres, que ingresarían con un alto interés por desarrollar su emprendimiento (Figura 16).

Las **actitudes** de los estudiantes se analizaron desde dos enfoques, elementos que los predisponían favorablemente y negativamente. Se encontró que las “recompensas personales” es el elemento más importante que le motivarían a crear su propio emprendimiento, con relación a esto. La asociación entre alta necesidad de logro y capacidad emprendedora tiene lugar en diversas culturas y en diferentes países (Morán Astorga & Menezes dos Anjos, 2016). Le siguen de la creación de un patrimonio y las recompensas económicas que son consideradas importantes. Por otro lado, la “falta de capacitación” es el elemento con mayor relevancia que los predispone negativamente, seguido de la falta de capital y riesgo económico que son importantes.

Con relación a los rasgos actitudinales, un artículo sobre las dimensiones para el estudio de la intención emprendedora en jóvenes universitarios (Zambrano Vargas, Zambrano Vargas, & Chavez Otálora, 2020) confirma que la aversión al riesgo, la innovación y creatividad hacen parte de las dimensiones más importantes que influyen en la intención de emprender. Asimismo, revelan que la edad estaría relacionada con la propensión a emprender, en el presente estudio no se pudo establecer una relación entre las variables mencionadas puesto que la mayoría de los encuestados eran menores a 29 años, donde el 65% reveló no tener aversión al riesgo.

Con relación a la **norma subjetiva** la aprobación de la familia con respecto a la creación de su propio emprendimiento es importante, siendo una fuente de seguridad para la toma de decisiones, como resalta un estudio sobre el Impacto de la norma social subjetiva en la intención de emprendimiento sostenible (Gálvez-Albarracín, Guauña-Aguilar, & Pérez-

Uribe, 2018). Por otro lado, la aprobación de los amigos fue considerado como un elemento más o menos importante para los estudiantes.

El **control percibido** o la evaluación subjetiva de la capacidad propia de los estudiantes, revela que no se encuentran de acuerdo, ni en desacuerdo en cuanto a la posibilidad de éxito de su emprendimiento (Figura 16). En lo que concierne a la relación de autoeficacia que tienen los encuestados con respecto al emprendimiento se pudo apreciar que tienen la intención de emprender. Sin embargo, es menor el porcentaje que considera tener una idea ya consolidada y a su vez la capacidad de encontrar oportunidades en el mercado (Figura 15). Cabe resaltar que también existen estudiantes con emprendimiento en marcha, los mismos que tienen alto control percibido.

Todo lo mencionado anteriormente sugiere que los estudiantes no se encuentran seguros de sus capacidades personales (Anexo 7), siendo esta una variable muy importante para definir la intención emprendedora que posteriormente puede dar como resultado el comportamiento como tal.

## CONCLUSIONES

Con base en la Teoría del Comportamiento Planificado como un predictor de la acción de emprender, siendo la intención un primer elemento en la formación de un emprendedor. En general, se pudo observar que existen elementos que influyen positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, como lo son: la actitud y la norma subjetiva. Sin embargo, el control percibido no reflejó los mismos resultados que las anteriores variables mencionadas, es decir el estudiante no se siente plenamente capaz de realizar un emprendimiento exitoso. Se describen las siguientes conclusiones con relación a las variables estudiadas de manera específica:

1. Se ha determinado que existe un alto grado de interés y predisposición por emprender, esto se puede observar a lo largo de los semestres y con mayor notoriedad en los estudiantes que cursan los primeros semestres de la carrera (Figura 17). Pudiendo significar que ingresan con la predisposición e intención de emprender.
2. Las actitudes personales de los estudiantes con base en su predisposición positiva y negativa reflejaron, que el factor que motiva positivamente a la creación de un emprendimiento propio son las recompensas personales que conlleva, es decir el reconocimiento personal, sensación de logro, hablamos de satisfacción intrínseca.
3. Entre los elementos que predisponen negativamente al estudiante, el más importante es la falta de capacitación y desconocimiento de regulaciones. Este dato es relevante puesto que a pesar de cursar materias que le dotan de herramientas teóricas para la constitución de una empresa, sigue siendo un factor débil.
4. El control percibido con respecto a la creencia propia en su capacidad para desarrollar un

emprendimiento exitoso, fue neutro en los resultados, puesto que el estudiante no establece completa seguridad de autoeficacia y tampoco está completamente en desacuerdo. Siendo este un factor determinante para predecir el comportamiento de emprender.

## BIBLIOGRAFÍA

- Gálvez-Albarracín, E., Guauña-Aguilar, R., & Pérez-Urbe, R. (2018). Impacto de la norma social subjetiva en la intención de emprendimiento sostenible: un caso de estudio con estudiantes colombianos. *Escuela de Administración de Negocios*, 57-74.
- Ajzen, & Fishben. (1991). Comportamiento organizacional y procesos de decisión humana . En *Teoría del Comportamiento planificado* (págs. 179-211).
- Andrade, O. G. (2020). *La importante tarea de apoyar el emprendimiento en Bolivia*. Obtenido de <http://www.libreempresa.com.bo/finanzas/20200831/la-importante-tarea-de-apoyar-el-emprendimiento-en-bolivia>
- Ayaviri, A., Saucedo, H., Poveda, J., & Melo Mariano, A. (s.f.). *Uso de Ecuaciones Estructurales en la Intención Emprendedora de los Estudiantes Universitarios Bolivianos: Caso de la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca*. Obtenido de RESEARCH GATE: <https://www.researchgate.net/publication/320223331>
- Contreras Cueva, A., Olga, G., & Macías Álvarez, P. (2020). Intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 1-22.
- Krueger, N. F., D.Reilly, M., & Carsrud, A. L. (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions*. Obtenido de *Journal of Business Venturing*: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902698000330?via%3Dihub>
- Limachi Quispe, R., & Poma Huiza, G. (2019). Situación Laboral de los Estudiantes de la CAE-UMSA con el pensum 2012, según especialidades. La Paz, Bolivia.
- Morán Astorga, C., & Menezes dos Anjos, E. (2016). LA MOTIVACIÓN DE LOGRO COMO IMPULSO CREADOR DE BIENESTAR: SU RELACIÓN CON LOS CINCO GRANDES. *International Journal of Developmental*, 31-40.
- Riveros Nava, P., & Bazurco Mancilla, A. (2018). *Propulsor: El Trayecto del Emprendedor Contraintuitivo*. La Paz.
- Sampedro Rueda, I., Fernández-Laviada, A., & Herrero Crespo, A. (2013). Aplicación de la Teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales*, 141-158.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación* . México: Mc Graw Hill.
- Schwarz, E. J., Malgorzata A. Wdowiak, Daniela A. Almer-Jarz , & Robert J. Breiteneker.

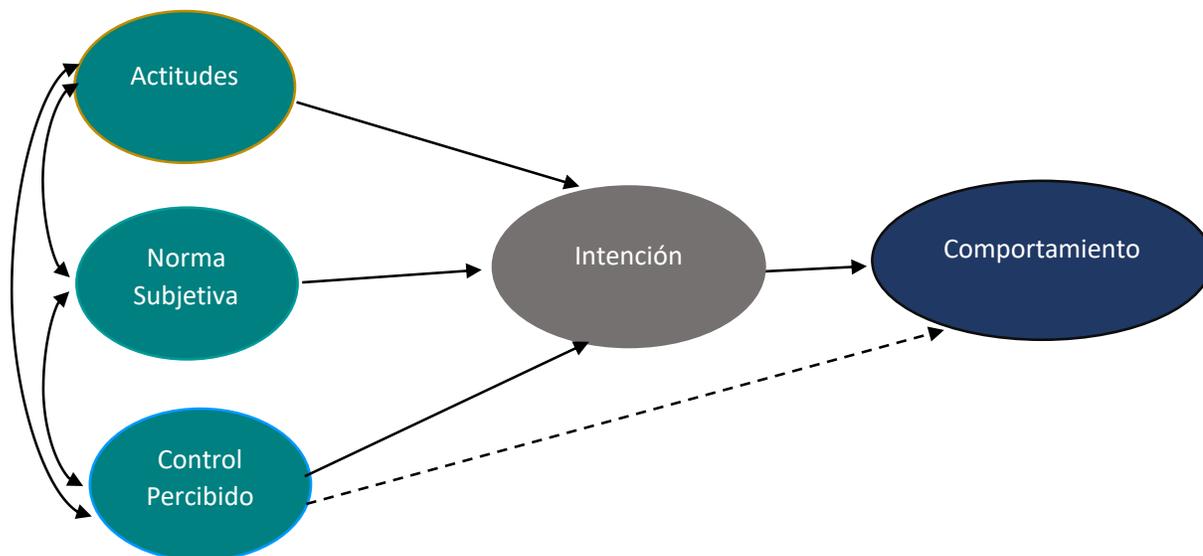
(2009). Los efectos de las actitudes y las condiciones ambientales percibidas en la intención emprendedora de los estudiantes: una perspectiva austriaca. *Education + Training*.

Zambrano Vargas , S., Zambrano Vargas, Y., & Chavez Otálora, A. (2020). Dimensiones para el estudio de la intención emprendedora. *ESPACIOS*, Vol. 41 (20) 2020 • Art. 28.

# ANEXOS

## ANEXOS

### ANEXO 1: TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO



Elaboración Propia

Fuente: Teoría del Comportamiento Planificado

### ANEXO 2: CÁLCULO DE LA MUESTRA

Se realizará un muestreo probabilístico estratificado, aplicando la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

<b>N</b>	Tamaño de la Población	3128
<b>Z</b>	Intervalo de confianza de 95%	1,96
<b>p</b>	Probabilidad de Éxito	0,5
<b>q</b>	Probabilidad de Fracaso	0,5
<b>e</b>	Error muestral permitido	0,06

$$n = \frac{3128 \times 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}{0,06^2(3128 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = 245,885542$$

$$n = 246$$

Por lo tanto, se tiene una muestra de 246 estudiantes a encuestar.

**Tabla 1:** Población Universitaria

Semestre	Estudiantes matriculados 2022/01
1er.semestre	424
2do. semestre	405
3er. semestre	362
4to. semestre	328
5to. semestre	402
6to. semestre	321
7mo. semestre	312
8vo. semestre	316
9no. semestre	258
	3128

**Fuente:** Elaboración Propia con base en los datos proporcionados por el centro de Cómputo de la Carrera de Administración de Empresas

La muestra se distribuye de la siguiente manera por semestre:

**Tabla 2:** Muestreo Probabilístico Estratificado

Semestre	Estudiantes matriculados 2022/01	Proporción	Cantidad de estudiantes por Semestre a encuestar
1er.semestre	424	13,55%	33
2do. semestre	405	12,95%	32
3er. semestre	362	11,57%	28
4to. semestre	328	10,49%	26
5to. semestre	402	12,85%	32
6to. semestre	321	10,26%	25
7mo. semestre	312	9,97%	25
8vo. semestre	316	10,10%	25
9no. semestre	258	8,25%	20
	3128	100%	246

**Fuente:** Elaboración Propia con base en los datos proporcionados por el centro de Computo de la Carrera de Administración de Empresas

### ANEXO 3: OPERACIONALIZACIÓN DE OBJETIVOS ESPECIFICOS

**Tabla 3:** Operacionalización de Objetivos Específicos

“ESTUDIO DE LA PREDISPOSICIÓN E INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA CAE-UMSA EN EL MARCO DE LA TEORIA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO”				
<b>OBJETIVO GENERAL:</b> Analizar la intención emprendedora en estudiantes de la carrera de administración de empresas con base en la teoría de la acción razonada				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	SUBVARIABLE	INDICADORES	ITEM
Determinar el grado de interés sobre la intención de emprender	Intención	interés	Lugar en el que desea desenvolverse profesionalmente	1
			Interés en el emprendimiento considerando el impacto económico, social y personal del mismo	2
		Importancia	Importancia en la formación académica	3
		Intención Emprendedora	Intención de creación de un emprendimiento	4
Conocer las actitudes personales que poseen los estudiantes con relación al emprendimiento	Actitudes y creencias (positivas y negativas)	Predisposición Favorable	Elementos que le motivarían a crear un emprendimiento:	
			Obtener recompensas económicas	5
			Lograr recompensas personales	6
		Predisposición Negativa	Patrimonio personal	7
			Elementos que le desmotivarían a crear su emprendimiento:	
			Riesgo económico	8
Falta de capital	9			

			Falta de capacitación	10
		Rasgos Actitudinales	Aversión al Riesgo	11
			Creatividad e Innovación	12
Describir los aspectos sociales o normas subjetivas que influyen en el desarrollo de la intención emprendedora	Norma Subjetiva	Personas de Referencia	Aprobación de la familia con respecto a la creación de una empresa	13
			Aprobación de los amigos con respecto a la creación de una empresa	14
Determinar el control percibido que poseen los estudiantes	Control Percibido	Autoeficacia	Autoeficacia con relación a el emprendimiento	(10, 15,16)

**Fuente:** Elaboración Propia

## ANEXO 4: ENCUESTA “ESTUDIO DE LA PREDISPOSICIÓN E INTENCIÓN EMPREENDEDORA”

PRIMERA PARTE: ACTITUD GLOBAL HACIA EL EMPRENDIMIENTO				
<b>1. Entre los siguientes lugares que se mencionan. ¿En cuál de ellos le gustaría desenvolverse profesionalmente como primera opción?</b>				
Autoempleo o Emprendimiento	Trabajar en el Sector Público	Trabajar en Empresas Privadas		
<b>2. ¿El emprendimiento es un tema relevante y de interés para usted? Considerando el impacto económico, social y personal del mismo</b>				
Sí	No	Tal vez		
<b>2.1 ¿Cuál es el motivo por el que considera que el emprendimiento es un tema poco relevante? (En caso de que la respuesta a la anterior pregunta sea no)</b>				
No me interesa	Desconozco el tema	No me parece útil		
<b>3. ¿Considera que el emprendimiento es importante en su formación académica?</b>				
Sí		No		
<b>4. ¿Si tuviese la oportunidad y los recursos, le gustaría crear una empresa?</b>				
Sí	No	Talvez		
SEGUNDA PARTE : CREENCIAS Y ACTITUDES (FAVORABLES Y NEGATIVAS) CON RESPECTO AL EMPRENDIMIENTO				
<b>Valore el nivel de importancia de cada uno de los siguientes elementos que le motivarían a crear su emprendimiento:</b>				
<b>5. Obtener recompensas económicas y ser mi propio jefe</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
<b>6. Lograr recompensas personales (Crecimiento personal, probar que es capaz de hacerlo entre otros)</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
<b>7. Invertir y conseguir un patrimonio personal</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
<b>Valore el nivel de importancia de cada uno de los siguientes elementos que le desmotivarían a crear su emprendimiento:</b>				
<b>8. Riesgo económico (riesgo elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, entre otros)</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
<b>9. Falta de capital para empezar y temor a fracasar</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
<b>10. Falta de capacitación, asesoría y desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
<b>11. ¿Con cual de las siguientes afirmaciones se siente más identificado?</b>				
Elijo la opción más segura, aunque las recompensas sean más limitadas		Para obtener mayores recompensas, estoy dispuesto(a) a asumir mayores riesgos		
<b>12. ¿Cual es su respuesta ante las siguientes situaciones?</b>				
Prefiero desempeñarme en trabajos donde ya conozco los procedimientos		Prefiero participar en actividades creativas e innovadoras		
TERCERA PARTE: NORMA SUBJETIVA				
<b>Valore según su criterio personal las siguientes afirmaciones:</b>				
<b>13. La aprobación de mi familia con respecto a la creación de mi emprendimiento es importante para mí</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
<b>14. La aprobación de mis amig@s con respecto a la creación de mi emprendimiento es importante para mí</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
CUARTA PARTE: CONTROL PERCIBIDO				
<b>15. ¿Cuál es su relación con el emprendimiento?</b>				
Estoy interesado, pero aún no tengo una idea de innovadora en mente		Cuento con una idea innovadora y se reconocer oportunidades en el mercado	Tengo un emprendimiento en marcha	
<b>16. Tomando en cuenta sus conocimientos tecnicos, habilidades y valores. ¿Considera que la creación de su emprendimiento sería exitosa?</b>				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni deacuerdo	Deacuerdo	Muy deacuerdo

## ANEXO 5: ESCALAS DE OPINIÒN

<b>ESCALA DE OPINION</b>				
Nada Importante	Poco importante	Más o menos importante	Importante	Muy Importante
1% a 20%	21% a 40%	41% a 60%	61% a 80%	81% a 100%
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni deacuerdo	Deacuerdo	Muy deacuerdo
1% a 20%	21% a 40%	41% a 60%	61% a 80%	81% a 100%

## ANEXO 6: TABLA DE PONDERACIÒN DE LAS PREGUNTAS DE VALORACIÒN

<b>TABLAS DE PONDERACIONES DE LAS PREGUNTAS DE VALORACION</b>			
<b>PREGUNTA 5</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Nada Importante	4	1	4
Poco importante	25	2	50
Más o menos importante	45	3	135
Importante	94	4	376
Muy Importante	67	5	335
	235	Promedio	3,8
		<b>Ponderación</b>	<b>77%</b>
<b>PREGUNTA 6</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Nada Importante	4	1	4
Poco importante	10	2	20
Más o menos importante	41	3	123
Importante	78	4	312
Muy Importante	102	5	510
	235	Promedio	4,1
		<b>Ponderación</b>	<b>82%</b>
<b>PREGUNTA 7</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Nada Importante	2	1	2
Poco importante	12	2	24
Más o menos importante	56	3	168
Importante	84	4	336
Muy Importante	81	5	405
	235	Promedio	4,0
		<b>Ponderación</b>	<b>80%</b>

<b>PREGUNTA 8</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Nada Importante	7	1	7
Poco importante	33	2	66
Más o menos importante	76	3	228
Importante	88	4	352
Muy Importante	31	5	155
	235	Promedio	3,4
		<b>Ponderación</b>	<b>69%</b>
<b>PREGUNTA 9</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Nada Importante	11	1	11
Poco importante	31	2	62
Más o menos importante	73	3	219
Importante	77	4	308
Muy Importante	43	5	215
	235	Promedio	3,5
		<b>Ponderación</b>	<b>69%</b>
<b>PREGUNTA 10</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Nada Importante	9	1	9
Poco importante	29	2	58
Más o menos importante	36	3	108
Importante	81	4	324
Muy Importante	80	5	400
	235	Promedio	3,8
		<b>Ponderación</b>	<b>77%</b>
<b>PREGUNTA 13</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Nada Importante	19	1	19
Poco importante	50	2	100
Más o menos importante	56	3	168
Importante	69	4	276
Muy Importante	41	5	205
	235	Promedio	3,3
		<b>Ponderación</b>	<b>65%</b>
<b>PREGUNTA 14</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Nada Importante	60	1	60
Poco importante	96	2	192
Más o menos importante	46	3	138
Importante	27	4	108
Muy Importante	6	5	30
	235	Promedio	2,2

		<b>Ponderación</b>	<b>45%</b>
<b>PREGUNTA 16</b>	<b>Nº estudiantes</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>TOTAL</b>
Muy en desacuerdo	3	1	3
En desacuerdo	51	2	102
Ni en desacuerdo, ni deacuerdo	123	3	369
Deacuerdo	53	4	212
Muy deacuerdo	5	5	25
	235	Promedio	3,0
		<b>Ponderación</b>	<b>60%</b>

### ANEXO 7: CARACTERISITICAS DEMOGRAFICAS

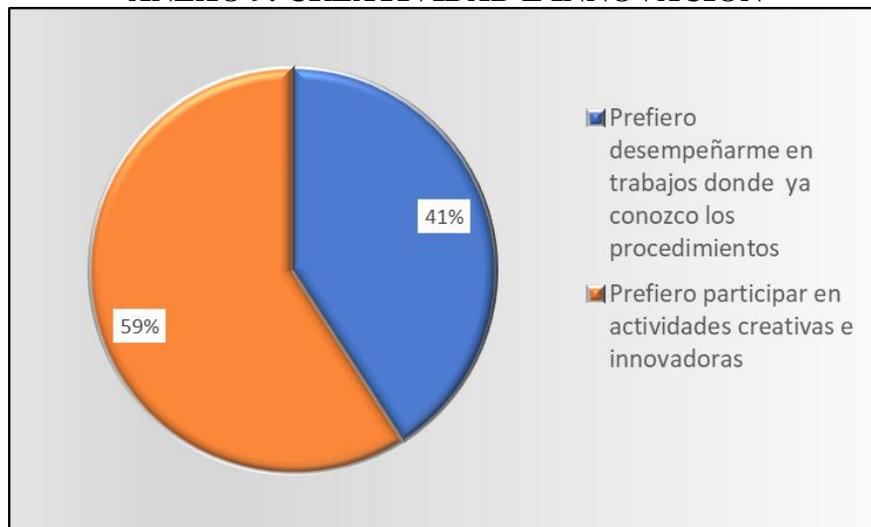
<b>CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>SEXO</b>		
Masculino	114	46,3
Femenino	132	53,7
Total	246	100,0
<b>EDAD</b>		
17-20	79	32,1
21-24	127	51,6
25-28	28	11,4
29 en adelante	12	4,9
<b>OCUPACION</b>		
Empleado	36	14,6
Trabajador por cuenta propia	29	11,8
Estudiante	181	73,6
<b>SEMESTRE</b>		
Primer Semestre	33	13,4
Segundo Semestre	32	13,0
Tercer Semestre	28	11,4
Cuarto Semestre	26	10,6
Quinto Semestre	32	13,0
Sexto Semestre	25	10,2
Séptimo Semestre	25	10,2
Octavo Semestre	25	10,2
Noveno Semestre	20	8,1

### ANEXO 8: AVERSIÓN AL RIESGO



Fuente: Elaboración Propia.

### ANEXO 9: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN



Fuente: Elaboración Propia

## ANEXO 10: RESUMEN DE RESULTADOS SEGÚN ENCUESTA

RESUMEN DE RESULTADOS SEGÚN ENCUESTA		
VARIABLES	RESULTADO	CONCLUSIÓN
<b>INTENCION</b>		
Lugar en el que le gustaría desenvolverse profesionalmente	EMPRENDIMIENTO: 44%	Casi la mitad de los estudiantes tiene preferencia en desenvolverse profesionalmente en su propio emprendimiento
Interés en el emprendimiento considerando el impacto económico social y personal del mismo	SI: 78 % TAL VEZ: 17%	El 78% de los estudiantes es de acuerdo con la importancia que tiene el emprendimiento y su impacto económico, social y personal
Importancia del emprendimiento en su Formación Académica	SI: 98%	Casi la totalidad de los encuestados está de acuerdo con la importancia que tiene el emprendimiento en su formación académica
Intención Emprendedora	SI: 85%	El 85% de los estudiantes encuestados crearía su propio emprendimiento si tuviera la oportunidad
<b>ACTITUDES (CREENCIAS POSITIVAS, NEGATIVAS Y RASGOS ACTITUDINALES)</b>		
Obtener recompensas económicas	IMPORTANTE: 76%	En cuanto a los elementos que le motivarían a los estudiantes para la creación de su emprendimiento, de los tres propuestos en el instrumento se encontró como muy importante las recompensas personales, es decir el desarrollo personal y reconocimiento. Le siguieron las recompensas económicas y el patrimonio que no dejan de ser importantes elementos a considerar.
Lograr Recompensas Personales	MUY IMPORTANTE: 82%	
Patrimonio personal	IMPORTANTE: 80%	

Riesgo Económico	IMPORTANTE: 68%	En cuanto a los elementos que le desmotivarían a los estudiantes la falta de capacitación y desconocimiento de regulaciones fue el elemento con más ponderación. La falta de capital y riesgo económico también son factores de importancia para desmotivarlos.
Falta de Capital	IMPORTANTE: 69%	
Falta de Capacitación	IMPORTANTE: 77%	
Aversión al Riesgo	65% SI	Mas de la mitad de los estudiantes encuestados afirmo su preferencia preferir asumir mayores riesgos antes que las opciones más seguras que dejan recompensas limitadas
Creatividad e innovación	55% SI	Un poco más de la mitad de estudiantes encuestados prefiere realizar actividades novedosas de trabajo antes de hacer aquellas de las que ya conoce el procedimiento
<b>NORMA SUBJETIVA</b>		
Aprobación de la Familia con respecto a la Creación de un Emprendimiento	IMPORTANTE: 65%	La aprobación de la familia si es un factor importante para tomar la decisión de decisión de emprender. En cuanto a la aprobación de los amigos es más o menos importante, pero no deja de ser relevante
Aprobación de los amigos con respecto a la creación de un emprendimiento	MAS O MENOS IMPORTANTE: 45%	
<b>CONTROL PERCIBIDO</b>		

<p>Autoeficacia con relación al emprendimiento</p>	<p>71% Aún no tiene una idea en mente, 18% cuenta con una idea y sabe reconocer oportunidades en el mercado, 11% tiene un emprendimiento en marcha</p>	<p>En cuanto a la capacidad de control que los estudiantes reflejan acerca de la creación de su emprendimiento, solo el 18% cuenta con una idea consolidada y cree en su capacidad para reconocer oportunidades en el mercado. El 11% ha llegado a materializar su idea y cuenta con un emprendimiento en marcha. El grueso de los estudiantes encuestados solo tendría la intención e interés.</p>
<p>Creencia en la capacidad propia sobre el éxito de su emprendimiento</p>	<p>NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO: 60%</p>	<p>La mayor parte de los estudiantes eligió la opción neutra, es decir no está completamente seguro de su capacidad para controlar el desarrollo de un emprendimiento.</p>