
**ELEMENTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN INSTRUMENTO
QUE PERMITA MEDIR LA INTENCIÓN EMPRESARIAL EN
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE ÚLTIMO SEMESTRE¹**

Por: Edwin Tarapuez Chamorro², María Dolly García González³, Nélide Castellano⁴

RESUMEN

El objetivo de este artículo es construir un instrumento que permita identificar factores que influyen en la intención de crear empresas, en los estudiantes universitarios de último semestre, de carreras profesionales presenciales del departamento del Quindío (Colombia), utilizando la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen. La metodología utilizada consiste en diseñar una encuesta inicial con base en la revisión de la literatura existente, que posteriormente se valida mediante las opiniones de 14 expertos y se priorizan las preguntas por parte de 51 “estudiantes jueces”, para seleccionar, por el método de los cuartiles, aquellas que discriminan. El resultado es la encuesta depurada que incluye ítems sobre aspectos personales y familiares, Normas sociales, Imagen y valores, Creencias, aspectos que motivan y obstaculizan la creación de empresas, y preguntas sobre recursos. Los resultados de la aplicación de esta encuesta, hacen parte del proyecto de investigación: “Factores que influyen en la intención de creación de empresas en los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia)”.

Palabras clave: priorización de preguntas, juicio de expertos, intención empresarial, creación de empresas, emprendimiento.

JEL: M19.

-
1. El presente artículo corresponde a los resultados parciales de la tesis doctoral titulada “Factores que influyen en la intención de creación de empresas en los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia)”, que el autor principal desarrolla actualmente con la asesoría metodológica de la Profesora García y bajo la dirección de la Dra. Castellano.
 2. Doctorando en Ciencias Económicas (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina). Docente asociado de la Universidad del Quindío. Email: eitarapuez@uniquindio.edu.co.
 3. Magíster en Matemáticas (Universidad Nacional de Colombia). Docente titular de la Universidad del Quindío. Email: mdgarcia@uniquindio.edu.co
 4. Doctora en Ciencias Económicas (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina). Profesora Titular por Concurso de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Email: ncastell@eco.unc.edu.ar

Artículo recibido: 26 de marzo de 2015.

Aprobación definitiva: 30 de mayo de 2015

ELEMENTS FOR BUILDING AN INSTRUMENT TO MEASURE ENTREPRENEURSHIP IN LAST TERM BACHELOR STUDENTS

By: Edwin Tarapuez Chamorro, María Dolly García González, Nélica Castellano

ABSTRACT

The main goal of this paper is to build an instrument to identify factors influencing entrepreneurship in Quindío department's (Colombia) last term, face to face bachelor students, using the Theory of Planned Behavior of Ajzen. An initial survey is designed based on literature review, the survey is later validated by 14 experts' opinions and questions are prioritized by 51 "student judges", to select, by using the quartiles method, those that they discriminate. The result is a refined survey that includes family and personal issues ítemes, questions in the following dimensions: Social rules, Image and Values, Beliefs, Aspects that motivate business creation and Obstacles, and questions about resources. The results of conducting this survey, are part of the "Factors that influence entrepreneurship in university students of Quindío department (Colombia) research project.

Keywords: question prioritizing, expert opinion, entrepreneurship, business creation.

JEL: M19

ELEMENTOS PARA A CONSTRUÇÃO DE UM INSTRUMENTO QUE PERMITA MEDIR A INTENÇÃO EMPRESARIAL EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE ÚLTIMO SEMESTRE

Por: Edwin Tarapuez Chamorro, María Dolly García González, Nélida Castellano

RESUMO

O principal objetivo deste artigo é construir um instrumento que permita identificar fatores que influenciem na intenção de criar empresas nos estudantes universitários de último semestre de programas profissionalizantes e de modalidade presencial no departamento do Quindío (Colômbia), usando a Teoria da Planejado Comportamento de Ajzen. A metodologia utilizada consiste em desenhar um questionário inicial, com base na revisão da literatura existente, que posteriormente é validado através das opiniões de 14 expertos y se priorizam as questões por parte de 51 "estudantes juizes" para selecionar, pelo método dos quantis, aquelas que discriminam. O resultado é um questionário que inclui aspectos pessoais e familiares, questões nas dimensões: Normas sociais, Imagem e valores, Crenças, Aspectos que motivam a criação de empresas e obstáculos para criar empresas, além de questões sobre recursos. Os resultados da aplicação do questionário, fazem parte do projeto de pesquisa: "Fatores que influenciam na intenção de criação de empresas nos estudantes universitários do departamento do Quindío, (Colombia)".

Palavras-chave: priorização de perguntas, avaliação de expertos, intenção empresarial, criação de empresas, empreendedorismo.

JEL: M19

universitarios de último semestre, agrupando las variables de estudio de acuerdo con la Teoría del Comportamiento Planeado, agregando otros grupos de variables relacionadas con aspectos personales y familiares, factores socioculturales, creencias y valores, y finalmente priorizando las preguntas, se concretó en el diseño de un instrumento para recoger la información primaria en el proyecto “Factores que influyen en la intención de creación de empresas en los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia)”.

La elaboración de un instrumento para obtener la información primaria en proyectos de investigación social, es una tarea que, además de la consulta bibliográfica y el análisis de situaciones similares en otros contextos, requiere el aporte de expertos conocedores del medio donde se aplicará y de personas de la población objeto.

REFERENCIAS

1. AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50, 179-211.
2. AJZEN, I. (1988). *Attitudes, Personality and Behavior*. Chicago, The Dorsey Press.
3. AJZEN, I. (1987): Attitudes, traits and Actions: dispositional predictions of behavior in *Personality and Social Psychology*. Berkowitz, L. (ed.). *Advances in Experimental Social Psychology*. Nueva York, Academic. 20, 1-63.
4. AJZEN, I. (1985). From intentions to actions: A Theory of Planned Behavior. Khul, J. & Beckmann, J. (Eds). *Action control from cognition to behavior*. Germany, Springer-Verlag. 31. 10-39.
5. BAUM, J., FRESE, M., BARON, R. & KATZ, J. (2007). Entrepreneurship as an Area of Psychology Study: An Introduction. Baum, J., Frese, M. & Baron, R. (Eds). *The Psychology of Entrepreneurship*. New Jersey, Society for Industrial and Organizational Psychology. 1-18.
6. BIRD, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*. 13 (3). 442-453.
7. CONGRESO DE COLOMBIA (2012). Ley 1581. Régimen General de Protección de Datos Personales.
8. GASSE, Y. & D'AMOURS, A. (2000). *Profession: entrepreneur*. Montreal, Transcontinental.
9. GASSE, Y. & TREMBLAY, M. (2011). Entrepreneurial Beliefs and Intentions: A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries. *International Journal Of Business*. 16(4). 1083-4346.

10. GATEWOOD, E., SHAVER, K. & GARTNER, W. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*. 10 (5). 371-91.
11. GEM Colombia (2013). *Dinámica Empresarial Colombiana*. Bogotá, D.C. Universidad Icesi, Universidad del Norte, Universidad de los Andes, Pontificia Universidad Javeriana Cali.
12. HARRIS, M. & GIBSON, S. (2008). Examining the entrepreneurial attitudes of US business students. *Education + Training*. 50 (7). 568-581.
13. HISRICH, R., PETERS, M. & SHEPHERD, D. (2004), *Entrepreneurship*. New York, Irwin-McGraw Hill. 6th ed.
14. HOFSTEDE, G. (1980). Motivation, leadership, and organizations: do American theories apply abroad? *Organizational Dynamics*, 9 (1). 42-63.
15. HOFSTEDE, G. (1991). *Culture and organizations*. Londres, McGraw-Hill.
16. HOFSTEDE, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. California, Sage Publications.
17. JONES, P., JONES, A., PACKHAM, G. & MILLER, C. (2008). Student attitudes towards enterprise education in Poland: a positive impact. *Education + Training*. 50 (7). 597-614.
18. KRUEGER, N. & BRAZEAL, D. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18 (3). 91-104.
19. KRUEGER, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18 (1). 5-21.
20. KRUEGER, N. & CARSRUD, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*. 5 (4). 315-330.
21. KURATKO, D. & HODGETTS, R. (2006). *Entrepreneurship*. Florence, KY, South-Western College Publishing. 7th ed.
22. LIÑÁN, F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*. 4 (3). 257-272.
23. NABI, G. & HOLDEN, R. (2008). Graduate entrepreneurship: intentions, education and training. *Education + Training*. 50 (7). 545-551.
24. SHAPERO, A. (1984). *The entrepreneurial event*. Kent, C. (Ed.). *The environment for entrepreneurship*. Lexington: Lexington Books.
25. TARAPUEZ, E. (2008). La creación de empresas en los estudiantes de Contaduría Pública de la Universidad del Quindío. Ponencia presentada en el IX Congreso de Contaduría Pública y III Congreso Internacional de Estudiantes de Contaduría Pública. Medellín, agosto 14 al 16.