

Un soporte institucional para la intención emprendedora social de estudiantes universitarios mediante la autoeficacia

Rocío Karina Zevallos Callupe,
Manuel Matute Fernández,
Patricia Janett Pahuacho Maguina y
Danny Xavier Arévalo Avecillas

Resumen

El estudio tiene el objetivo de identificar la influencia que existe entre el soporte institucional y la intención emprendedora social, así como el efecto mediador de la autoeficacia emprendedora social. Se utilizó un diseño descriptivo correlacional en una muestra de 3 739 estudiantes universitarios de escuelas de negocio de México, Colombia y Perú. Los datos se recolectaron a través de un cuestionario en línea, y para el análisis estadístico se utilizó el modelado de ecuaciones estructurales con covarianza CB-SEM. Se encontró un impacto positivo significativo entre el soporte institucional universitario y la intención emprendedora social ($R^2= 11\%$), el cual incrementó al incluir la autoeficacia emprendedora

Abstract

The study aims to identify the influence that exists between institutional support and social entrepreneurial intention, as well as the mediating effect of social entrepreneurial self-efficacy. A descriptive correlational design was used in a sample of 3 739 university students from business schools in Mexico, Colombia and Peru. The data were collected through an online questionnaire, and for the statistical analysis the modeling of structural equations with covariance CB-SEM was used. A significant positive impact was found between university institutional support and social entrepreneurial intention ($R^2 = 11\%$) which increased by including social entrepreneurial self-efficacy ($R^2 = 54\%$). In conclusion, social entre-

ROCÍO KARINA ZEVALLOS CALLUPE, MANUEL MATUTE FERNÁNDEZ, PATRICIA JANETT PAHUACHO MAGUINA Y DANNY XAVIER ARÉVALO AVECILLAS. Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos, Santa Anita-Lima, Perú. Contacto: [rzevallos@usmp.pe]

Revista Intercontinental de Psicología y Educación, vol. 22, núm. 1, enero-junio 2020, pp. 13-39.
Fecha de recepción: 19 de mayo de 2020 | Fecha de aceptación: 10 de septiembre de 2020.

social ($R^2 = 54\%$). En conclusión, la autoeficacia emprendedora social es una variable mediadora entre el soporte institucional y la intención emprendedora social, el cual permite obtener un mayor grado de explicación de la variabilidad.

PALABRAS CLAVE

Soporte institucional, autoeficacia emprendedora social, intención emprendedora social, estudiantes universitarios

preneurial self-efficacy is a mediating variable between institutional support and social entrepreneurial intention, which allows obtaining a greater degree of explanation of variability.

KEYWORDS

Institutional support, social entrepreneurial self-efficacy, social entrepreneurial intention, university students

Anivel mundial, el emprendimiento social se ha convertido en una tendencia emergente (Rashid *et al.*, 2018) ya que, involucra al menos uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). De hecho, la industria de Irán es sólo un ejemplo destacado de emprendimientos sociales enfocados en el objetivo 12 de *Producción responsable y consumo* (Bosma *et al.*, 2020). Debido al creciente interés, un grupo de organizaciones líderes en coordinación con Ashoka desarrolló el Programa *Apoyando el Emprendimiento Social en América Latina* como un estrategia de apoyo para el desarrollo y capacitación a los emprendedores sociales (Ashoka, 2020).

En relación con el desarrollo de emprendimientos sociales en Latinoamérica, según el Reporte del *Global Entrepreneurship Monitor 2015* (Bosma, Schøtt, Terjesen y Kew, 2016), Chile, Colombia y Perú son los países con mayor actividad emprendedora en su fase operativa, 6.3%, 5.9% y 5.9%, respectivamente, con lo cual se evidencia la necesidad de incrementar el nivel de desarrollo de emprendimientos sociales que considere aspectos de sostenibilidad social, ambiental y económica, con el propósito de incrementar el número de emprendedores sociales en esta

región que inicien negocios con motivación verdadera por asumir una responsabilidad con la sociedad (Zainol, 2014).

Al respecto, existe evidencia científica de la relación entre el soporte institucional universitario y la intención de desarrollar emprendimientos sociales en estudiantes universitarios como aquellos futuros directivos de estas organizaciones (Hwee-Nga y Shamuganathan, 2010; Kirby e Ibrahim, 2011; Pache y Chowdhury, 2012; Othman y Ab Wahid, 2014; Abdullah, Johari, Bakri, y Razak, 2015; Bahrein *et al.*, 2018; Zakaria y Bahrein, 2018). No obstante, las escuelas de negocio requieren de un planteamiento estratégico acorde a las demandas cambiantes del entorno actual para formar estudiantes con un alto nivel de predisposición y creencia en sus conocimientos, habilidades y competencias para consolidar emprendimientos sociales.

Ante ello, existe una escasa evidencia empírica del efecto mediador de la autoeficacia emprendedora social entre ambas variables (Mair y Noboa, 2006; Bahrein *et al.*, 2018; Ben y Jarboui, 2019). Por lo tanto, esta investigación tiene dos objetivos: 1) Determinar el efecto del soporte institucional en la intención emprendedora social y 2) Determinar el efecto mediador de la autoeficacia entre el soporte universitario y la intención emprendedora social.

Bases teóricas

Soporte institucional universitario

El soporte institucional universitario está relacionado con las facilidades que las universidades ofrecen para crear ambientes propicios que impulsan el desarrollo de emprendimientos sociales. Incluye factores internos y externos de una institución educativa superior (Vara-Horna y Giraldo-Mejía, 2018). Los elementos internos están relacionados a políticas, planes de estudio, programas, capacitaciones y talleres que promueven la concientización y el desarrollo de habilidades necesarias

para desarrollar y establecer una empresa social con éxito. Mientras que, en el caso de los factores externos, están incluidos los centros o incubadoras de emprendimiento, los equipos tecnológicos y el contacto estratégico con redes sociales que motivan y/o facilitan el desarrollo de los emprendimientos.

Al respecto, se evidencia una estrecha relación entre el soporte institucional universitario con la intención emprendedora social (Nga y Shamuganathan, 2010; Kirby e Ibrahim, 2011; Pache y Chowdhury, 2012; Salamzadeh *et al.*, 2013; Othman y Ab Wahid, 2014; Abdullah *et al.* 2015; Chinchilla y Garcia, 2017; Bahrein *et al.*, 2018; Zakaria y Bahrein, 2018; Hockerts, 2018), que incrementa según el grado de involucramiento entre estudiantes universitarios y líderes o referentes en proyectos de emprendimiento social (Smith y Woodworth, 2012).

Por lo tanto, las investigaciones realizadas sugieren incluir o fortalecer las estrategias de enseñanza de los emprendimientos sociales en las universidades con el propósito de reducir las barreras percibidas por los estudiantes que puedan disminuir la probabilidad de mantener una intención emprendedora social (Tukamushaba, Orobia y George, 2011; Shahverdia, Ismail e Imran, 2018). Por ello, no sólo se debe formar estudiantes con conocimientos sobre cómo desarrollar emprendimientos sociales, sino también procurar desarrollar habilidades que les facilite adaptarse a las demandas de los cambios que exige el entorno actual con la finalidad de que los estudiantes puedan aprender a creer en sus capacidades, su sentido de competencia y los principios de sostenibilidad social, ambiental y económica en sus futuros negocios.

En consecuencia, el grado de efectividad del soporte institucional tiene un efecto significativo en la intención emprendedora social; por lo tanto, la formación emprendedora debe fortalecer el contenido de sus programas, los métodos de aprendizaje y evaluar el impacto de los mismos en la intención y posterior conducta emprendedora social (Wanjohi, 2016).

Intención emprendedora social

El emprendimiento social es impulsado por la creación de valor social en lugar de valor económico (Bosma, Schøtt, Terjesen y Kew, 2016). Fue desarrollado inicialmente por las políticas públicas de Estados Unidos y Europa Occidental (Roper y Cheney, 2005) y se ha convertido en una tendencia emergente a nivel mundial (Rashid *et al.*, 2018), ya que involucra, al menos a uno de los ODS de la ONU (Bosma, Ionescu-Somers, Kelley, Levie y Tarnawa, 2020).

La intención se evidencia en la disposición de realizar un esfuerzo para alcanzar objetivos (Ajzen, 1991). En el caso de los emprendedores sociales, quienes suelen afrontar los problemas sociales con iniciativas que mejoren la calidad de vida de las personas (Shaker, Hans, Nachiket, Donald y Hayton, 2008) (Rashid *et al.*, 2018), la motivación de sus intenciones proviene de su fe, de su deseo y de su dedicación para establecer una nueva empresa social (Tran y von Korfflesch, 2016) que contribuya con la economía a gran escala (Urban, 2008).

Por lo tanto, la intención emprendedora social puede verse afectada por factores personales, como la falta de confianza, competencias, recursos financieros y apoyo social (Hidayu, 2019); por lo que una formación estratégica puede ser capaz de modular la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora social, en vista de que estos últimos pueden ser moldeados por factores de contexto, como el soporte institucional universitario (Shahverdia, Ismailb e Imran, 2018). En consecuencia, la intención emprendedora social puede considerarse una expresión práctica originada por una fuerte motivación en creerse capaz de aprovechar las oportunidades del entorno y del capital humano.

Autoeficacia social emprendedora

La autoeficacia es la creencia acerca de la capacidad de realizar una actividad específica (Bandura, 1994); no sólo identifica las habilidades que

posee una persona, también lo que la misma persona puede hacer con su conjunto de habilidades (Bandura, 1994). En el contexto del emprendimiento, permite predecir la posibilidad de que un individuo sea emprendedor (Urban y Teise, 2015) o que inicie una nueva empresa social (Tran y von Korfflesch, 2016). Por su parte, DuCharme y Brawley (1995) argumentaron que la autoeficacia puede influir de forma directa en la predicción del comportamiento emprendedor social, por lo que se considera como una variable crítica en la intención emprendedora social.

La autoeficacia del emprendimiento social describe las percepciones de un individuo sobre su capacidad para contribuir al cambio social, por lo que refiere de todo un conjunto de creencias sobre su capacidad para comenzar una nueva aventura social y persistir en realizarlo (Tran, 2017). Por otro lado, si la persona no tiene capacidad para afrontar problemas sociales, puede dudar de su capacidad para generar algún impacto significativo para la sociedad (Hockerts, 2015). Además, si se percibe barreras como la exclusión social, resultados académicos deficientes o estados psicológicos debilitantes, también se puede atenuar la autoeficacia en el éxito de actividades emprendedoras (Lucas y Cooper, 2005; Mclellan, Barakat y Winfield, 2009).

Por otro lado, Mair y Noboa (2006) argumentan que un alto nivel de autoeficacia permite a una persona percibir la creación de una empresa social como factible, lo cual afecta positivamente la formación de la intención conductual. Entonces, destaca el papel de una formación educativa en emprendimiento social que ayude a los estudiantes a desarrollar la autoeficacia emprendedora social (Smith y Woodworth, 2012) mediante programas de incubación que influyan tanto en la autoeficacia, como en la intención empresarial social (Ben y Jarboui, 2019).

Al respecto, existe evidencia de la relación directa entre la educación emprendedora social experimental (presencial) con la autoeficacia emprendedora social ($r = 0.119$, $p = 0.002$): sin embargo, si el programa es virtual, el impacto es menor en la autoeficacia ($r = 0.017$, $p < 0.05$) (Hockerts, 2018). Así, la autoeficacia es considerada un factor determinante en la formación de la intención de crear una empresa al influir en el proceso

de toma de decisiones, seguridad y confianza personal de un individuo (Tiwari, Bhat y Tikoria, 2017). Por ejemplo, en el estudio de Rashid *et al.* (2018), en una muestra de 101 participantes de Duta Jauhar, Malasia, se evidenció una relación directa moderada entre la autoeficacia con la intención de emprendimiento social ($b = 0.504$; $p = 0.000$).

Desde dicha perspectiva, las escuelas de negocio tienen el desafío en desarrollar estrategias de aprendizaje de conocimientos sólidos sobre los emprendimientos sociales y el desarrollo de altos niveles de autoeficacia de los estudiantes, con el propósito de incrementar la probabilidad de desarrollar emprendimientos sociales.

Sobre la base de los argumentos anteriores se plantea evaluar el modelo conceptual propuesto en la figura 1, según el cual, el soporte institucional universitario y la autoeficacia influyen en la intención emprendedora social como variables independientes; asimismo, se propone evaluar el impacto de la mediación de la autoeficacia en la variabilidad de la intención emprendedora social.

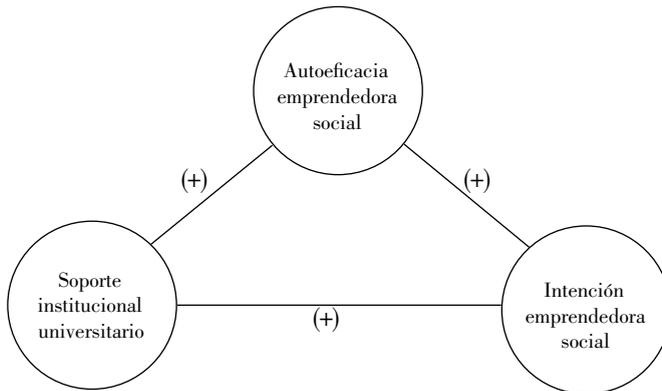


Figura 1. Modelo conceptual del efecto mediador de la autoeficacia entre el soporte institucional universitario y la intención emprendedora social.

Fuente: SPSS AMOS 24, 2020.

A partir de ello, se genera las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1. El soporte institucional universitario tiene un impacto significativo en la intención emprendedora social.

Hipótesis 2. La autoeficacia emprendedora social media la relación entre el soporte institucional y la intención emprendedora social.

Método

Muestra y procedimientos

Los datos para el estudio se obtuvieron de una muestra no probabilística de estudiantes universitarios de escuelas de negocio de Colombia, México y Perú, miembros del Consejo de Acreditación para Escuelas y Programas de Negocios, región 9 de Latinoamérica. Se utilizó una encuesta en línea con consentimiento informado y con indicaciones de confidencialidad antes de responder a los ítems. Se recibió la información durante cinco meses, lo que arrojó una tasa de repuesta de 90%. Se excluyeron a estudiantes pertenecientes a otras escuelas diferentes de las ramas de ciencias administrativas y de ciclos inferiores a los últimos dos años.

La muestra final fue de 3 739 estudiantes universitarios; 2 289 mujeres (61%) y 1 450 hombres (39%), con una edad promedio de 22 años ($S = 2.11$) dentro de un rango de edad entre 18 a 35 años. Un total de 44% proveniente de México, 30% de Perú y 26% de Colombia. Respecto de su participación en algún proyecto social, sólo 14.8% ha participado, del cual, 21.7% (120) ha asumido el rol de líder. El método de selección tuvo el propósito de obtener una muestra equiparable en función a la edad, el sexo y las escuelas profesionales.

INSTRUMENTOS

Soporte universitario para promover emprendimientos sociales

La escala de Soporte universitario de Alvarez-Risco, López-Odar, Chafloque-Céspedes, y Vílchez-Román (2018) se utilizó para medir la frecuencia de acceso a los recursos y programas formativos de base universitaria que impulsan la intención de desarrollar emprendimientos sociales en los estudiantes. Cada uno de los nueve ítems se calificó en una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), con una confiabilidad de consistencia interna por medio del Coeficiente Alfa de Cronbach ($\alpha = 0.878$) y el Coeficiente Omega ($\omega = 0.911$) con una varianza media explica superior a 0.5 ($AVE = 0.672$).

Autoeficacia para realizar emprendimientos sociales

La autoeficacia para emprendimientos sociales de Vara-Horna y Giraldo-Mejía (2018) se utilizó para indagar la percepción que tienen los estudiantes acerca de sus creencias sobre sus conocimientos, habilidad y experiencias para organizar y ejecutar emprendimientos sociales. Está compuesta por cuatro ítems con un tipo de respuesta de Likert de cinco puntos, desde 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), con una confiabilidad de consistencia interna a través del Coeficiente Alfa de Cronbach ($\alpha = 0.858$) y el Coeficiente Omega ($\omega = 0.904$) con una varianza media explica superior a 0.5 ($AVE = 0.702$).

Intención de emprendimiento social

La intención de emprendimiento social de Vara-Horna y Giraldo-Mejía (2018) se utilizó para indagar la percepción que tienen los estudiantes

acerca de la probabilidad de desarrollar emprendimientos sociales. Está compuesta por cinco ítems con un tipo de respuesta de Likert de cinco puntos, desde 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), con una confiabilidad de consistencia interna sobre 0.8, por medio del Coeficiente Alfa de Cronbach ($\alpha = 0.878$) y el Coeficiente Omega ($\omega = 0.911$) con una varianza media explica superior a 0.5 ($AVE = 0.672$).

Método de análisis

Se utilizó el modelado de ecuaciones estructurales de variables latentes (SEM) para estimar los parámetros de las relaciones hipotéticas. Los análisis SEM se realizaron utilizando una matriz de covarianza como insumo para el análisis en el paquete de *AMOS* en el *software SPSS vs. 23*. Al analizar los datos no se encontraron datos perdidos.

Análisis estadístico

Se realizó el Modelado de ecuaciones estructurales con covarianza CB-SEM para evaluar el Modelo de medida de las escalas y para el Modelo Estructural con mediación. Para ello, se consideró los cinco pasos de identificación, especificación, evaluación, reevaluación e interpretación.

Para el Modelo de Medida se realizó un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), se inició evaluando la adecuación de la muestra por medio de la prueba de Kaiser-Meier-Olkin ($KMO \geq 0.8$) (Kaiser H. , 1974), la significancia estadística de la prueba de esfericidad de Bartlett (Bartlett, 1950) y el valor de la Determinante < 1 . Para la extracción de factores se utilizó el método de Máxima verosimilitud, el clásico *eigenvalue* (autovalor > 1) y el gráfico de sedimentación, los cuales se confirmaron con el Análisis Paralelo (Horn, 1965) por ser un método más preciso en la elección de factores, ya que no subestima el número de factores, cuyo análisis se realizó por medio del *software JASP*

(0.9.2). En segundo lugar, se realizó un AFC mediante el Método de estimación de Máxima Verosimilitud, por medio del *software AMOS 21*.

Para el Modelo Estructural se evaluaron los siguientes índices de ajuste: el Índice de Bondad de Ajuste (GFI), el cual mide la proporción de la varianza-covarianza explicada para un modelo ≥ 0.90 ; el error de la raíz media cuadrática de la aproximación (RMSEA), el cual estima la discrepancia entre la matriz de covarianza observada y la predicha como medidas absolutas de ajuste con un valor aceptable hasta 0.80 e ideal cuando sea ≤ 0.50 ; el Índice de Tucker-Lewis (TLI) con valores entre 0 y 1, siendo el más ideal cuando sea cercano a 1; el Índice de Ajuste Comparativo (CFI), el cual mide la mejora en la medición de la no centralidad de un modelo, con valores ≥ 0.90 ; la razón de chi cuadrado sobre el grado de libertad (c^2/CL) como medida de ajuste de parsimonia, con un valor < 2 y aceptable hasta 5, y el Índice de Ajuste Corregido (AGFI) con valores cercanos a 1 para un buen modelo (Browne y Cudeck, 1993; Byrne, 2001; Schermelleh-Engel y Moosbrugger, 2003; Marsh, 2004; Kline, 2016).

RESULTADOS

En la tabla 1 se muestra el análisis descriptivo de los ítems, las medias, la desviación estándar y las correlaciones entre las variables. La autoeficacia y la intención emprendedora social evidencian una media entre 3 a 4; es decir, una tendencia a mostrarse de acuerdo en relación con la percepción de las creencias de las propias capacidades de los estudiantes y de la posibilidad de desarrollar emprendimientos sociales. Sólo en el caso del soporte universitario la media está entre 4 a 5, a excepción de un ítem, con lo cual se evidencia una tendencia de acuerdo a totalmente de acuerdo en cuanto a una percepción positiva de los estudiantes en relación al soporte institucional. Además, el valor de asimetría de los 18 ítems está dentro del rango ± 1 , y en cuanto a la curtosis, todos son inferiores a 7, con lo cual se acepta la normalidad de los datos, ya que los valores de la asimetría son

inferiores a 2 y menores a 7 en la curtosis (Curran, West y Finch, 1996; George y Mallery, 2013).

Tabla 1. Medias, desviación estándar e intercorrelaciones de los indicadores de autoeficacia emprendedora social, intención emprendedora social y soporte universitario.

	MD	SD	Kurt	Skew	AES1	AES2	AES3	AES4	IES1	IES2	IES3	IES4	IES5	SU1	SU2	SU3	SU4	SU5	SU6	SU7	SU8	SU9	
AES1	3.81	0.92	0.95	-0.88	—																		
AES2	3.63	0.96	0.04	0.04	0.50	—																	
AES3	3.77	0.93	0.53	-0.76	0.54	0.68	—																
AES4	3.93	0.93	0.96	-0.93	0.59	0.54	0.64	—															
IES1	3.70	1.11	-0.05	-0.76	0.49	0.47	0.51	0.61	—														
IES2	3.70	1.02	0.17	-0.70	0.51	0.47	0.50	0.61	0.66	—													
IES3	3.57	1.02	-0.14	-0.53	0.45	0.45	0.47	0.49	0.56	0.61	—												
IES4	3.49	1.02	-0.13	-0.47	0.44	0.41	0.43	0.49	0.54	0.60	0.62	—											
IES5	4.00	1.01	0.75	-1.03	0.52	0.42	0.49	0.62	0.57	0.56	0.49	0.54	—										
SU1	3.96	1.30	-0.52	-0.28	0.19	0.23	0.20	0.18	0.19	0.18	0.20	0.22	0.18	—									
SU2	3.88	1.30	-0.53	-0.25	0.19	0.24	0.21	0.20	0.20	0.20	0.23	0.25	0.19	0.75	—								
SU3	4.11	1.27	-0.37	-0.39	0.21	0.25	0.23	0.23	0.22	0.19	0.23	0.23	0.23	0.70	0.74	—							
SU4	4.23	1.26	-0.29	-0.46	0.22	0.25	0.24	0.23	0.21	0.20	0.22	0.22	0.24	0.61	0.65	0.72	—						
SU5	4.23	1.30	-0.38	-0.47	0.21	0.24	0.23	0.21	0.20	0.20	0.22	0.22	0.24	0.62	0.63	0.66	0.69	—					
SU6	4.09	1.28	-0.42	-0.37	0.19	0.25	0.23	0.21	0.19	0.18	0.23	0.23	0.21	0.65	0.68	0.70	0.69	0.75	—				
SU7	4.29	1.32	-0.34	-0.55	0.21	0.27	0.24	0.22	0.19	0.18	0.21	0.21	0.23	0.55	0.54	0.62	0.64	0.63	0.64	—			
SU8	4.21	1.29	-0.33	-0.48	0.21	0.25	0.22	0.22	0.21	0.19	0.21	0.21	0.22	0.60	0.59	0.65	0.67	0.65	0.69	0.75	—		
SU9	4.13	1.41	-0.56	-0.46	0.18	0.24	0.22	0.18	0.18	0.17	0.22	0.24	0.19	0.59	0.61	0.62	0.59	0.66	0.69	0.65	0.71	—	

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de la variable autoeficacia, se encontraron dos ítems con cargas superiores a 0.30 compartidas con la variable de intención emprendedora, por lo cual se excluyeron de los análisis posteriores para evitar multicolinealidad (Field, 2013).

Evaluación del Modelo de Medida

Basado en el modelo teórico propuesto en este estudio, se construyó el modelo de medición para las tres variables de investigación (figura 2). Luego, se sometieron los 18 ítems a un AFE.

Primero, se evaluó la adecuación de la muestra usando la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin ($KMO = 0.880$); después, se analizó la varianza observada de las variables y se realizó la prueba de esfericidad de Bartlett ($p < 0.001$) para descartar la opción de realizar los análisis en una matriz identidad, con lo cual fue posible construir una estructura factorial por la correlación entre variables. Además, al comprobar el supuesto de normalidad, se utilizó el método de máxima verosimilitud para la extracción de los factores, así como para determinar el número de factores mediante el criterio de autovalores > 1 y el gráfico de sedimentación. Luego, se aplicó una rotación oblicua promax para mejorar la interpretación de las cargas factoriales, ya que, según las ciencias sociales, es difícil encontrar dimensiones completamente independientes de otras (Costello y Osborne, 2005). Como resultado, se identificaron tres factores con una varianza total explicada de 56.28%.

Dichos resultados fueron confirmados por medio del Análisis Paralelo de Horn (1965), considerado un criterio más objetivo que el criterio de Kaiser (Lorenzo-Seva, 2007; Ferrando, 2007) mediante el cual se evidenció la validez discriminante de los tres factores. En la tabla 2 se muestra las correlaciones del ítem total y el patrón de factor rotado.

Tabla 2. Correlación de ítem-total correlacionado y factor de rotación oblicuo de la escala de autoeficacia emprendedora social, soporte universitario e intención emprendedora social.

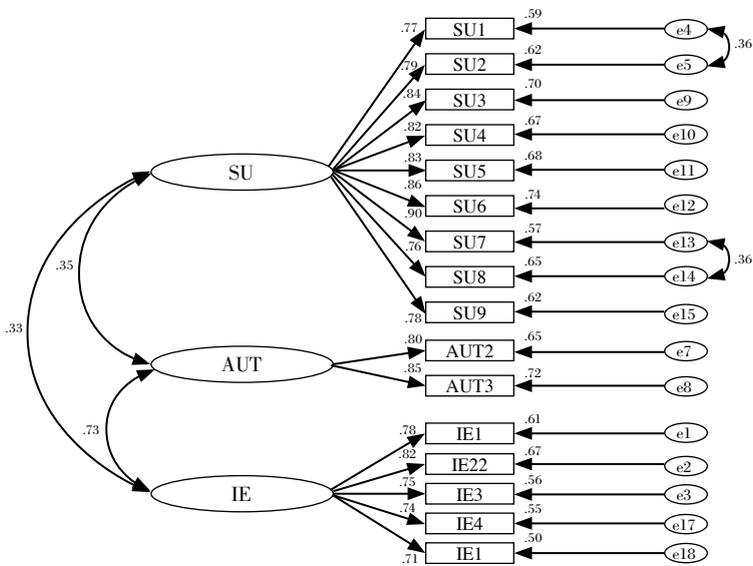
	Ítem-rest correlation	McDo- nald's ω	Cron- bach's α	RC 1	RC 2	RC 3	Unique- ness
AES2	0.68	--	0.68	.	.	0.643	0.412
AES3	0.68	--	0.68	.	.	0.828	0.215
SIU1	0.76	0.94	0.94	0.791	.	.	0.387
SIU2	0.77	0.94	0.94	0.804	.	.	0.356
SIU3	0.81	0.94	0.94	0.840	.	.	0.296
SIU4	0.79	0.94	0.94	0.807	.	.	0.339
SIU5	0.79	0.94	0.94	0.815	.	.	0.333
SIU6	0.83	0.94	0.94	0.860	.	.	0.272
SIU7	0.75	0.94	0.94	0.758	.	.	0.399
SIU8	0.80	0.94	0.94	0.819	.	.	0.325
SIU9	0.76	0.94	0.94	0.787	.	.	0.380
IES1	0.71	0.84	0.84	.	0.739	.	0.403
IES2	0.75	0.83	0.83	.	0.843	.	0.327
IES3	0.69	0.85	0.85	.	0.751	.	0.433
IES4	0.69	0.85	0.85	.	0.802	.	0.423
IES5	0.65	0.86	0.86	.	0.631	.	0.512

** $\chi^2 = 2139.125$; $df = 75$; $p < 0.001$; $RMSEA = 0.086$;
 $TLI = 0.918$; $BIC = 1522.132$

Asimismo, respecto de la confiabilidad, se determinó el valor del coeficiente omega y α para la fiabilidad de las escalas. En el caso de la autoeficacia, se obtuvo un coeficiente α de Cronbach de 0.811 y una correlación promedio de 0.682. Mientras que para la escala de intención emprendedora social se obtuvo un coeficiente α de 0.872 y una correlación media

de 0.575. Finalmente, para la escala de soporte institucional universitario el valor del coeficiente α fue de 0.945, con una media de 0.654 en las correlaciones.

Luego de determinar el AFE, se sometió el modelo identificado a un AFC. En la figura 2 se muestran los parámetros del modelo con índices de ajuste aceptables (NFI: .966; CFI: .968; TLI: .961; RMSEA: .059; AIC: 1496.77) con valores estadísticamente significativos en todos los caminos dentro del modelo.



CFI = .968; RMSEA = .059
 GFI = .966; TLI = .961; AIC= 1496.767
 Chi-square/df = 14.048; cmin = 1390.767; p = .000; df = 99

Figura 2. Modelo de medida de las escalas de estudio.

Fuente: SPSS AMOS 24, 2020.

Evaluación del Modelo Estructural

Soporte universitario e Intención emprendedora social

A continuación, se examina la relación directa entre el soporte universitario y la intención emprendedora social. Este modelo tuvo un buen ajuste de los datos χ^2 (119, N = 1,284), RMSEA = 0.066, CFI = 0.966, TLI = 0.959 y AIC = 1 374.47. En el modelo, el soporte institucional evidencia un valor significativo del coeficiente beta sobre la intención emprendedora social ($\beta = 0.33$, $p < 0.001$), con lo cual logra explicar 11% de la varianza de la intención emprendedora social, con índices de ajuste adecuados (figura 3).

Por lo tanto, la hipótesis 1 acerca del impacto significativo del soporte universitario en la intención emprendedora social es válido, a pesar de que el coeficiente de determinación es inferior a 50%.

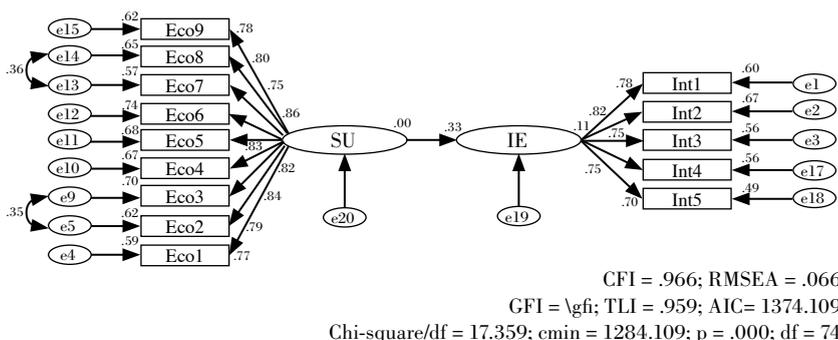


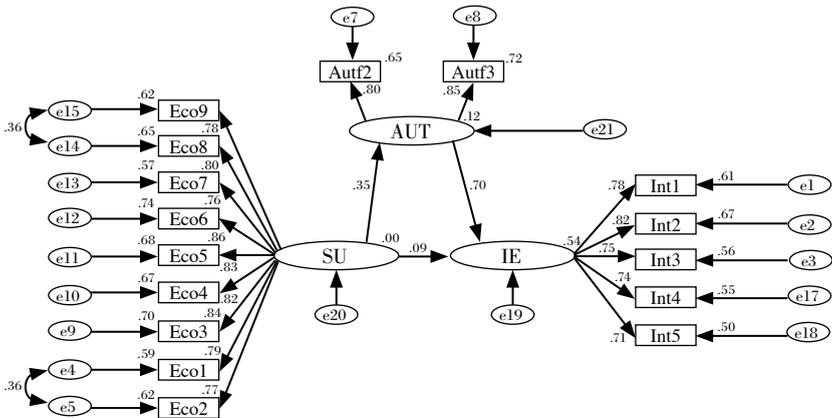
Figura 3. Modelo Estructural de la relación entre el soporte universitario y la intención emprendedora social.

Fuente: SPSS AMOS 24, 2020.

Modelo 2: La autoeficacia para desarrollar emprendimientos sociales como un mediador del soporte universitario y la intención emprendedora social

A continuación, se examina el impacto mediador de la autoeficacia entre el soporte institucional universitario y la intención emprendedora social. En este Modelo 2 con mediación se obtuvo un buen ajuste a los datos χ^2 (152, N = 1,390), RMSEA = 0.059, CFI = 0.968 y AIC = 1,496.77, en el cual se logró explicar 54% de la varianza de la intención emprendedora social y sus índices de ajuste fueron adecuados (figura 4).

Asimismo, al incluir la autoeficacia dentro de la relación, los coeficientes de ruta se fortalecieron. Por lo tanto, la hipótesis 2 acerca del impacto significativo de la autoeficacia, como variable mediadora entre el soporte universitario y la intención emprendedora social es válido.



CFI = .968; RMSEA = .059

GFI = .961; TLI = .961; AIC = 1496.767

Chi-square/df = 14.048; cmin = 1390.767; p = .000; df = 99

Figura 4. Modelo Estructural de autoeficacia emprendedora social como variable mediadora entre el soporte institucional universitario y la intención emprendedora social.

Fuente: SPSS AMOS 24, 2020.

Discusión

En este artículo se probó un modelo teórico para evaluar la relación entre el soporte universitario y la intención emprendedora social, así como el impacto de la mediación de la autoeficacia emprendedora social.

Tal y como se planteó en la hipótesis 1, se encontró una relación directa moderada entre el soporte universitario y la intención emprendedora social ($\beta = 0.35$, $p < 0.001$). Estos resultados son consistentes con investigaciones como la de Hockerts (2018), quien encontró una relación directa entre programas educativos de emprendimiento social con la intención emprendedora social ($r = 0.200$, $p < 0.001$), lo cual indica que el soporte institucional que ofrecen las instituciones educativas superiores es un determinante en la intención emprendedora social.

Asimismo, se encontró una relación directa moderada entre el soporte universitario y la autoeficacia ($\beta = 0.35$, $p < 0.001$), lo cual responde a la necesidad de un mayor enfoque a la formación educativa en emprendimientos sociales para ayudar a los estudiantes a desarrollar la autoeficacia emprendedora social (Smith y Woodworth, 2012), así como los programas de incubación (Ben y Jarboui, 2019). De igual manera, se evidenció una relación directa, estadísticamente significativa entre la autoeficacia y la intención emprendedora social ($\beta = 0.70$, $p < 0.001$); es decir, cuando la autoeficacia aumenta 1%, la intención emprendedora social aumentará en 0.70. Resultados similares se encontraron en el estudio de Perusquia y Ramirez (2019), donde la autoeficacia emprendedora social de estudiantes universitarios de mexicanos se relacionó de forma directa con la intención emprendedora social ($r = 0.235$; $p < 0.01$), y en Indonesia, donde la autoeficacia emprendedora social de estudiantes tuvo una influencia significativa en la intención emprendedora, con un valor de coeficiente PATH de 0.276 (Chairat y Ayu, 2019).

También se evidenció un impacto mediador significativo al incluir la variable autoeficacia emprendedora social, ya que sólo el soporte institucional universitario explicó 11% de variabilidad de la intención emprendedora social; sin embargo, al incluir la autoeficacia emprendedora social,

se puede explicar 54% de la variabilidad de la intención emprendedora social. En efecto, algunas investigaciones evidencian que las características personales generan un mayor impacto en la intención emprendedora en comparación con el trasfondo educativo (Preethi y Priyadarshini, 2018). Por lo tanto, incluir y fortalecer la autoeficacia de los estudiantes es una estrategia educativa en la formación de los futuros directivos.

En consecuencia, esta investigación evidencia que el soporte institucional universitario por sí solo no genera un efecto significativo en la intención emprendedora social, ya que sólo explica 11% de su variación. Entonces, estos resultados sugieren incluir programas educativos de emprendimiento social dentro de la estrategia educativa de la universidad, mediante talleres de habilidades para desarrollar o fortalecer los niveles de autoeficacia emprendedora, ya que el efecto del contenido educativo de emprendimiento en la intención emprendedora social podría verse afectado según los métodos educativos aplicados (Wanjohi, 2016).

Conclusiones

Estos hallazgos aportan nuevas evidencias al cuerpo de conocimiento que relacionan las variables de soporte institucional universitario, la autoeficacia y la intención emprendedora social en estudiantes de educación superior, logrando explicar, por medio, del modelo propuesto, 54% de la variabilidad de la intención emprendedora social. Además, revela el rol mediador de la autoeficacia como una variable predictora de la intención emprendedora debido a un enfoque práctico de la educación emprendedora social, las políticas de innovación y tecnología que se implementen por medio de incubadoras o institutos de emprendimiento social.

Dichos resultados se confirman con estudios aplicados a estudiante universitarios, donde se evidenció que la educación emprendedora influye en la intención emprendedora mediante el incremento de conocimientos y habilidades (Zhang, Cao y Zeng, 2014) a partir de un adecuado contenido educativo, métodos de entrega y de evaluación de los programas de em-

prendimiento social, que aumentan la autoeficacia de los estudiantes y, en consecuencia, su intención empresarial (Wanjohi, 2016).

Desde dicha perspectiva, algunas universidades han desarrollado institutos de preparación de emprendedores sociales relacionados con los ODS, con el propósito de integrar el conocimiento, las habilidades, el desarrollo de actitudes e intenciones en un programa educativo de emprendimiento social (Garima, 2015). Además, Wanjohi (2016) sugiere que la educación en emprendimiento social debe incluir contenidos que consideran la experiencia de los propios emprendedores sociales, a fin de estimular una práctica real, por medio de estudios de casos y simulaciones que promuevan una interacción con emprendedores reconocidos, para fomentar discusiones más efectivas y desarrollar contenidos de conocimientos y prácticas; asimismo, deben evaluarse los métodos aplicados por estudiantes que promovieron sus propios emprendimientos, para evitar que las barreras psicológicas reduzcan una inclinación de estudiantes para establecer y operar un nuevo negocio (Alis y Alam, 2019).

En consecuencia, los países que han identificado el impacto de los emprendedores sociales están tomando como desafío desarrollar una formación de emprendimiento social en la educación superior o alternativo. Un ejemplo destacado se evidencia en Malasia, donde gracias al apoyo del gobierno se ha desarrollado el *Programa Duta Jauhar* desde 2014 y actualmente están impulsando una intención de convertirse en emprendedor social desde una edad temprana (Rashid, 2018). Por lo tanto, las universidades deben asumir el desafío de incorporar en su plan educativo cursos y programas de emprendimiento social con métodos educativos acordes al actual contexto.

Implicancias

Se deben reconocer algunas limitaciones del estudio; entre ellas, el uso de un diseño no probabilístico de corte transversal, lo cual impide realizar inferencias causales de la variable intención emprendedora social.

Por lo tanto, se sugiere desarrollar investigaciones con un diseño longitudinal, incluir acciones emprendidas para examinar el éxito de haber consolidado un emprendimiento social y su sostenimiento. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los resultados de nuestros modelos de ecuación estructural son consistentes con las predicciones teóricas basadas en investigaciones existentes; además, la muestra de estudio son estudiantes universitarios, quienes serán en su mayoría los futuros directivos de organizaciones.

En relación con el instrumento, al emplear el autoinforme y encuestas en línea no se encontraron casos perdidos (incompletos) y se disminuyó el sesgo con el nivel de confidencialidad. Sin embargo, sólo se evaluó la percepción de los estudiantes. Se recomienda que las futuras investigaciones recopilen información de diferentes fuentes de datos (por ejemplo, calificaciones, desarrollo de proyectos, asistencia a talleres, participación en fórums, congresos, entre otros) para minimizar los efectos de cualquier sesgo de respuesta. Finalmente, los estudios futuros pueden incrementar los indicadores de la escala de autoeficacia, y otros factores personales, así como del contexto, sin afectar la parsimonia del modelo.

Referencias

- Abdullah, J., Johari, H. S. Y., Bakri, A. A. y Razak, W. M. W. A. (2015). Students and women entrepreneurs' collaborations in social enterprise, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168, 97-103.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alis, M. y Alam, T. (2019). Does social barriers influence women's intention toward entrepreneurship? *Journal of Social Economics Research*, 6(2). doi: 10.18488/journal.35.2019.62.106.116
- Alvarez-Risco, A., López-Odar, D., Chaffloque-Céspedes, R. y Vílchez-Román, C. (2018). *Emprendimiento social ¿Las universidades, están cumpliendo su rol promotor?* Lima: Universidad de San Martín de Porres.

- Ashoka (2020). *Apoyando al emprendimiento social en América Latina*. Recuperado de <https://www.ashoka.org/es/programa/apoyando-al-emprendimiento-social-en-america-latina>
- Bahrein, A., Zacaria, M., Ismail, M., Yaacob, M., Ghazali, M. y Sofian, M. (2018). Factors affecting entrepreneurial intention and social entrepreneurship intention: A conceptual model. *International Journal of Accounting, Finance and Business*, 3(8), 60-68.
- Bandura, A. (1994). Efficacy. *Behaviour Therapist*, 17, 127-127.
- Bartlett, M. (1950). Tests of significance in factor analysis. *British Journal of Statistical Psychology*, 3(2), 77-85. doi: 10.1111/j.2044-8317.1950.tb00285.x.
- Ben, I. y Jarboui, A. (2019). Influence of personal traits on social entrepreneurship intention: an empirical study related to Tunisia. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 5(2). doi: 10.1504/IJSEI.2018.097718
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J. y Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor GEM 2019/2020 Global Report*. Londres: Global Entrepreneurship Research Association.
- Bosma, N., Schøtt, T., Terjesen, S. y Kew, P. (2016). *Global Entrepreneurship monitor 2015 to 2016: Special Report on Social Entrepreneurship*. Londres: Global Entrepreneurship Research Association.
- Browne, M., y Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. En K. A. Bollen y J. S. Long (eds.), *Testing Structural Equation Models*. Newbury Park: SAGE Publications, 136-162.
- Byrne, B. (2001). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications and Programming*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Chairat, U. y Ayu, H. (2019). Influence of family environment, social environment, self efficacy, self motivation and financial literacy to entrepreneurship intention: A study on Indonesian College students. *Social Science Research Network*. doi: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3489671>
- Chinchilla, A. y Garcia, M. (2017). Social entrepreneurship intention: Mindfulness towards a duality of objectives. *Humanistic Management Journal*, 205-214.

- Costello, A. y Osborne, J. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment Research and Evaluation*, 10, 1-9.
- Curran, P., West, S. y Finch. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1(1), 16-29.
- DuCharme, K. A. y Brawley, L. R. (1995). Predicting the intentions and behavior of exercise initiates using two forms of self-efficacy. *Journal of Behavioral Medicine*, 18(5), 479- 497.
- Fabrigar, L., Wegener, D., MacCallum, R. y Strahan, E. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4, 272-299.
- Ferrando, P. y Anguiano-Carrasco, C. (2010). El análisis factorial como técnica de investigación en psicología. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 18-33.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Londres: SAGE Publications.
- Garima, C. (2015). Building competencies and intention in next generation social entrepreneurs through social entrepreneurship education programs: A conceptual model. *Psychology and Entrepreneurship*, 129-135.
- George, D. y Mallery, P. (2013). *IBM SPSS Statistics 21 step by step: a simple guide and reference*. Boston: Pearson.
- Hidayu, N. (2019). The perceived barriers in social entrepreneurship intention formation: a conceptual model. En I. Rosnita, R. Mohamad y L. Soo (eds.), *E- Proceeding IC-RISE UKM-CSB 2019*. IC-RISE y Universidad Nacional de Malasia, 56-65. Recuperado de <http://www.ukm.my/gsbukm/wp-content/uploads/2020/02/e-proceeding-IcRise-UKMGCSB-2019.pdf#page=60>
- Hockerts, K. (2015). Antecedents of social entrepreneurial intentions: A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3).
- Hockerts, K. (2018). The effect of experiential social entrepreneurship education on intention formation in students. *Journal of Social Entrepreneurship*.
- Horn, J. (1965). A rationale and test for the number of factors in factor analysis. *Psychometrika*, 30, 179-185.

- Hwee-Nga, J. y Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 259-282. doi: 10.1007/s10551-009-0358-8
- Kaiser, H. (1960). The application of electronic computers to factor analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 20, 141-151.
- Kaiser, H. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36. doi: 10.1007/BF02291575
- Kirby, David A., Ibraim N. (2011). Educación para el emprendimiento y creación de una cultura empresarial: resultados provisionales de un experimento en Egipto. *Revista Internacional de Emprendimiento y Gestión*, 11(2), 181-193.
- Kline, R. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. Londres: The Guilford Press.
- Lorenzo-Seva, U. y Ferrando, P. (2007). *Factor: A Computer Program to fit the Exploratory Factor Analysis Model*. Tarragona: Universidad Pública de Tarragona.
- Lucas, W. y Cooper, S. (2005). *Measuring Entrepreneurial Self-Efficacy*. Paper presented at the EDGE conference: bridging the gap: entrepreneurship in theory and practice, Singapore.
- Mair, J. y Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture get formed. En J. Mair, J. Robinson y K. Hockerts (eds.), *Social Entrepreneurship*: 121-136. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Marsh, H. W. (2004). In search of golden rules: Comment on hypothesis testing approaches to setting cut-off values for fit indexes and dangers in over generalizing Hu and Bentler's findings. *Structural Equation Modelling* Hu and Bentler's findings. *Structural Equation Modelling*, 11, 320-341. doi: 10.1207/s15328007sem1103_2
- Mclellan, R., Barakat, S. y Winfield, S. (2009). *The impact of entrepreneurial programmes: Lessons from examining self-efficacy. Paper presented at the 32nd Institute for Small Business and Entrepreneurship Conference*.
- Nga, J K. y Shamuganathan, G. (2010). La influencia de los rasgos de personalidad y los factores demográficos en las intenciones de puesta en marcha del emprendimiento social. *Revista de Ética Empresarial*, 95(2), 259-282.

- Othman, N. y Ab Wahid, H. (2014). Emprendimiento social entre los participantes en el programa de estudiantes en la libre empresa. *Educación + Formación*, 56(8,9), 852-869.
- Pache, Anne-Claire y Chowdhury, I. (2012). Emprendedores sociales como emprendedores institucionalmente integrados: hacia un nuevo modelo de educación en emprendimiento social. *Academy of Management Learning and Education*, 11(3).
- Perusquia, J. y Ramirez, M. (2019). Motivational differences between countries that underline the intention of millennials towards social entrepreneurship. *Revista Espacios*, 40(18).
- Preethi, C. y Priyadarshini, R. (2018). The Intention towards Social Entrepreneurship among Students and its link with Big 5 Model. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*. Recuperado de <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/390/1/012057/pdf>
- Rashid, N. (2018). *Factors influencing student's social entrepreneurship intention: a case of Duta Jauhar/Nur Syafinaz Rashid*. Universidad Tecnológica MARA.
- Rashid, N., Sarkam, S., Yaacob, N., Mustapha, M., Hussain, N. y Azis, R. (2018). Factors influencing student's social entrepreneurship intention: A case of Duta Jauhar Program. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1307-1321. doi: 10.6007/IJARBSS/v8-i4/4538
- Roper, J. y Cheney, G. (2005). The meanings of social entrepreneurship today. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 5(3), 95-104.
- Schermelleh-Engel, K. y Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74. doi: 10.1.1.509.4258yrep=replytype=pdf
- Shahverdia, M., Ismailb, K. e Imran, M. (2018). The effect of perceived barriers on social entrepreneurship intention in Malaysian universities: The moderating role of education. *Management Science Letters*, 8, 341-352. doi: 10.5267/j.msl.2018.4.014

- Shaker, A., Hans, N., Nachiket, B., Donald, O. y Hayton, J. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 117-131.
- Smith, I. H. y Woodworth, W. P. (2012). Developing Social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning y Education*, 11(3), 390-407.
- Tiwari, P., Bhat, A. K. y Tikoria, J. (2017). The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-21.
- Tran, A. (2017). *Factors Influencing Social Entrepreneurial Intention: A Theoretical Model. Proceedings of ISERD 89th International Conference*. Oxford, 51-57.
- Tran, A. y von Korfflesch, H. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 17-38.
- Tukamushaba, E., Orobia, L. y George, B. (2011). Desarrollo de un modelo conceptual para comprender el emprendimiento social internacional y su aplicación en el contexto de Uganda. *Revista de Emprendimiento Internacional* 9(4), 282-298.
- Urban, B. (2008). Social entrepreneurship in South Africa: Delineating the construct with associated skills. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 14(5), 346-364.
- Urban, B. y Teise, H. (2015). Antecedents to social entrepreneurship intentions: An empirical study in South Africa. *Management Dynamics*, 24(2), 36-52.
- Vara-Horna, A. y Giraldo-Mejía, W. (2018). *Entrepreneurship Social in Universities of America Latin. Are the Universities doing enough?* Lima: EIRL Aciertos.
- Wanjohi, D. (2016). *Investigating the Influence of Social Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Intention of CSSE students in USIU-A*. Nairobi: United States International University.
- Zainol, F. A. (2014). Social Entrepreneurship Practice in Malaysia-The case of social NGO. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(12), 152.
- Zakaria, M. y Bahrein, A. (2018). Formation of social entrepreneurship intention in Malaysia. *Journal of Advanced Studies in Social*, 2(2).

Zhang, J., Cao, W. y Zeng, P. (2014). A study on the relationship among entrepreneurship education, social capital and college students' entrepreneurial intention. *IEEE International Conference on Granular Computing*. doi: 10.1109/grc.2014.69828