

47

Fecha de presentación: septiembre, 2021

Fecha de aceptación: octubre, 2021

Fecha de publicación: noviembre, 2021

LOS MODELOS DE REFERENCIA

DE LOS PADRES Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

THE REFERENCE MODELS OF PARENTS AND THE ENTREPRENEURIAL INTENTION OF UNIVERSITY STUDENTS

Ricardo Peña Ruiz¹

E-mail: rpena14@cuc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2316-3166>

Daiwer Ferrer Ortíz¹

E-mail: dferrer@cuc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3719-4980>

Lesly Silvera Hernández¹

E-mail: lsilvera1@cuc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4277-6881>

¹ Universidad de la Costa. Colombia.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Peña Ruiz, R., Ferrer Ortíz, D., & Silvera Hernández, L. (2021). Los modelos de referencia de los padres y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 452-460.

RESUMEN

El propósito de este artículo es examinar el efecto de los modelos de referencia de los padres en las intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Distinguimos entre modelos de referencia de padres y madres, y evaluamos cómo estos influyen en la decisión de ellos en convertirse en emprendedores. Empleamos un modelo logit en una muestra de 13.200 estudiantes universitarios de Colombia utilizando el la base de datos del proyecto GUESS 2018. Los resultados muestran que la presencia de modelos de referencia de los padres aumenta la intención emprendedora. Igualmente, este incremento se genera con el modelo de referencia del padre.

Palabras clave: Intención emprendedora, modelo de referencia de los padres, genero, teoría del conportamiento planificado.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to examine the effect of the reference models of the parents on the entrepreneurial intention of higher education students. We distinguish between reference models of fathers and mothers and we evaluate how this influences the decision to become entrepreneurs. We use a logit model in a show of 13.200 higher education students from Colombia using the database of GUESS Project 2018. The results show that the presence of reference parents models increases the entrepreneur intention. At the same, this increase is generated with the reference model of the father

Keywords: Entrepreneurial intention, reference parents models, gender, planned behavior theory.

INTRODUCCIÓN

La actividad emprendedora se define como un elemento clave en el desarrollo socioeconómico de las naciones, es por esto que estimular la intención emprendedora en los estudiantes universitarios es una de las prioridades en los países en vía de desarrollo. Desde una perspectiva académica se cuenta con los siguientes aspectos que justifican la importancia de la intención emprendedora en los estudiantes: a) crecimiento económico (Lafuente & Gómez-Araujo, 2016) desarrollo de capital humano (Marvel, et al., 2016) y e) la generación de felicidad (Naudé, et al., 2016). conformando así razones que hacen del emprendimiento un factor decisivo para la economía, las organizaciones privadas y la administración pública.

La academia ha generado esfuerzos para contribuir al desarrollo económico mediante el impulso en la creación de nuevas empresas a través de la identificación de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. El presente trabajo de investigación ha basado sus análisis en tres enfoques principales: el individuo (aspectos fisiológicos y psicológicos), la crianza, la educación y el desarrollo de la personalidad a partir de actitudes y habilidades, el medio ambiente (factores sociales, culturales, económicos y políticos) y su interacción.

Como aspecto interesante del estudio de la intención emprendedora se contempla que su impacto positivo o negativo no es igual en los diferentes grupos poblacionales; Es decir, esta variable se comporta de manera diferente en los jóvenes que en los mayores (Gómez-Araujo & Bayon, 2017), o entre hombres y mujeres (Bruni, et al., 2014). Del mismo modo, dependiendo de quién sea la persona observada como modelo de referencia, la influencia de los padres en sus hijos podría ser mayor en unas u otras personas (Chlosta, et al., 2012; Criaco, et al., 2017).

En el caso de Colombia, el emprendimiento hace un aporte no solo en el desempeño económico como la pobreza sino también genera un alivio de diversos problemas sociales como la desigualdad y la falta de oportunidades. Por consiguiente, la contribución de esta investigación está determinada en los siguientes tres puntos. Primero, la investigación profundiza en el estudio de la teoría del comportamiento planificado (TCP). El estudio incluye el efecto de género sobre las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. En segundo lugar, se distingue entre los modelos de referencia de padre y madre e investigamos cómo su influencia interviene en la decisión de sus hijos de convertirse en emprendedores teniendo en cuenta su género, y en tercer lugar, los resultados tienen ciertas implicaciones en el campo de la educación

para el emprendimiento por parte de las instituciones de educación superior.

Finalmente, la estructura propuesta para este artículo enmarca en la sección 2, la presentación de la revisión de la literatura y el desarrollo de las hipótesis; en el apartado 3 la exposición de los datos y la metodología; en la sección 4 se detallan los principales resultados y por último, en la sección 5 se aporta la discusión y la conclusión.

La TPC centra su análisis en la intención de un individuo al momento de realizar un determinado comportamiento. Esta supone que las intenciones se suceden gracias a factores motivacionales que influyen en el comportamiento; y se ha demostrado que las personas se encuentran en disposición de intentar luego de realizar un ejercicio consciente de planeación, para realizar dicho comportamiento. Los tres determinantes de la intención emprendedora según (Ajzen, 1991). son la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y control conductual percibido. La actitud de una persona hacia un comportamiento está relacionada con el nivel en que este lo valora como positivo o negativo; la norma subjetiva hace referencia a la presión social existente al realizar o no una conducta; y finalmente, en cuanto al control conductual este se relaciona con la facilidad o dificultad para realizar el comportamiento.

La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) integra el enfoque centrado en el individuo, el entorno y la interacción entre ambos, Esto ha sido probado empíricamente para explicar de manera efectiva tanto las intenciones emprendedoras (Sieger, et al., 2016; Criaco, et al., 2017). Una de las formas en las que la TCP se ha centrado en el análisis de la actividad emprendedora proviene del proyecto conocido como Encuesta Global de Estudiantes de Espíritu Emprendedor Universitario (GUESSS); El cual propone que cuando un estudiante denota una intención emprendedora esta es resultado de la influencia del contexto universitario, familiar y sociocultural, y también de sus motivaciones personales en los tres factores de su comportamiento descritos anteriormente.

El GUESSS toma la TCP como marco teórico para explicar la intención emprendedora, por lo que establece como objeto de estudio a la intención y actividad emprendedora de estudiantes universitarios de todo el mundo (Sieger, et al., 2016). En cuanto a la intención de una persona de ser emprendedor, la GUESSS indaga sobre cuatro factores: El contexto universitario, el contexto familiar, las motivaciones personales y contexto social o cultural que impactan los tres determinantes del comportamiento expresados anteriormente. En consecuencia, GUESSS propone que la intención emprendedora de un estudiante se entienda como un comportamiento planificado de

manera consciente; la anterior teoría sostiene que, si bien la conducta es un concepto o constructo difícil de observar, los modelos de intención permiten predecir de manera más efectiva una conducta o otra en particular.

Los estudios antropológicos catalogaron al género como una construcción social y cultural que proyectaba el papel que debían jugar mujeres u hombres en la sociedad, este imaginario social ha marginado a las mujeres de las actividades laborales, no solo por el tipo de trabajo que podían realizar, sino también por los cargos que estas podían ocupar y los salarios que podían conseguir; normalmente inferiores a los de los hombres (Moreno-Gómez & Calleja-Blanco, 2018).

La evidencia empírica a nivel mundial ha demostrado que los hombres están significativamente más involucrados en la actividad emprendedora que las mujeres (Estrin & Mickiewicz, 2011; Klyver, et al., 2013; Bruni, et al., 2014; Goltz, et al., 2015). Si bien estudios revelan que el fenómeno de menos mujeres proponiendo nuevos negocios se podría explicar teniendo en cuenta los tres enfoques principales de la teoría de comportamiento planificado. Las últimas investigaciones han determinado diferencias entre características y aspectos psicológicos de la personalidad asumida por mujeres y hombres; estos elementos están estrechamente relacionados con la intención emprendedora. De igual manera, estudios han revelado dos causas para que las mujeres no se involucren en el emprendimiento; la primera radica en la discriminación social frente al trabajo (Estrin & Mickiewicz, 2011), y la segunda es la falta de regulaciones y baja participación política que benefician al género femenino en el mercado laboral o la creación de empresas (Goltz, et al., 2015).

Finalmente, la interacción entre el enfoque individual y ambiental principalmente propone, en relación al tema de género y emprendimiento, que el rol de la mujer como modelo de construcción social ha confinado a las mujeres a las tareas domésticas y familiares, creando una fuerte barrera social y cultural que impide que la sociedad conciba a la mujer como capaz de crear y administrar sus propios negocios, lo que ha afectado negativamente la confianza en sí mismas de las mujeres, creencias e intención de dedicarse a la actividad emprendedora (Klyver, et al., 2013). Con todos los argumentos explicados se establece la hipótesis H1: La intención emprendedora en las mujeres es más baja que los hombres.

Sobre el emprendimiento se ha determinado que el modelo de referencia es uno de las variables que explican la actividad emprendedora (Gómez-Araujo & Bayon, 2017). han identificado el modelo de referencia como un factor sociocultural que impacta en una persona para que sea

emprendedora. Según Chlosta, et al. (2012), un modelo de referencia es más que un simple comportamiento a seguir, si no que también implica las decisiones propias del individuo.

Creer en una familia de emprendedores genera la oportunidad de aprender del modelo emprendedor que sirve como modelo de referencia y obtener una vista previa realista del trabajo por cuenta propia (Chlosta, et al., 2012). De acuerdo con Criaco, et al. (2017), la familia constituye una base importante para el desarrollo de las intenciones emprendedora de los hijos, y los padres son los miembros de la familia que tienen más probabilidades de influir en la intención emprendedora de sus hijos. De acuerdo con la literatura expuesta hasta aquí, se formula la siguiente hipótesis H2: Tener un modelo de referencia de los padres aumenta la intención emprendedora.

MATERIALES Y METODOS

Para desarrollar este estudio utilizamos datos de la GUESS Colombia 2018 (Martins, et al., 2019). La encuesta explora las actitudes emprendedoras, las intenciones profesionales de los estudiantes, examina los negocios propios de las familias y los estudiantes e investiga sus visiones empresariales futuras. Para ello, el estudio se realiza en base a una encuesta estructurada, avalada y validada directamente por la Universidad de St. Gallen (Suiza).

Los datos se recopilaron mediante un cuestionario en línea (en español) aplicado a estudiantes universitarios activos. En resumen, 15.575 estudiantes participaron de 33 instituciones de educación superior de las ciudades más importantes del país. Después de tener en cuenta los valores faltantes, la muestra final fue de 13.200 estudiantes.

La muestra esta conformada por 42,3% hombres y 57,7% mujeres; en cuanto a la edad, se presenta una media de 24,1 años, evidenciándose que la mujeres son mas jovenes que los hombres, 23,9 y 24,34 años respectivamente. El 34,7% cursa estudios de negocios / administración, el 33,3 % ingeniería y arquitectura y el 32% restante en las diferentes areas del conocimiento.

Para contrastar las hipótesis propuesta empleamos un análisis de regresión logística. Para estimar los parámetros de los modelos, utilizamos el software STATA (Statistics and Data Science). La significancia de los parámetros se probó utilizando estadísticas z de Wald. Se utilizaron estimaciones de máxima verosimilitud para calcular los coeficientes logit que denotan cambios en las probabilidades logarítmicas de la variable dependiente.

Para este estudio la variable dependiente es la intención emprendedora (IE), que resultó de la siguiente pregunta

que se les hizo a los estudiantes: ¿Están actualmente tratando de iniciar su propio negocio / convertirse en autónomos? (Moreno-Gómez, et al., 2020). Esta variable fue operacionalizada de la siguiente manera como uno (1) si los estudiantes indicaron que preferían trabajar por cuenta propia y cero (0) en caso contrario.

Las variables independientes utilizadas para el estudio fueron género, modelo de referencias de padres emprendedores (discriminando entre padre y madre emprendedores). El género fue medido como una variable binaria, para indicar uno (1) para mujer y cero (0) para hombres. De otra parte, la variable de modelos de referencia de padres emprendedores se midió con base en una pregunta sobre sus antecedentes familiares (¿sus padres trabajan por cuenta propia?). Subdividimos estas variables binarias. En primer lugar, la variables del modelo de referencia de padres emprendedores toma el valor de uno (1) para aquellos estudiantes que el padre o la madre, o ambos, son emprendedores y cero (0) en caso contrario. En segundo lugar, distinguimos entre padre y madre como modelo de referencia de padres emprendedores y, aquellos estudiantes identificados con el modelo de referencia padre emprendedor fueron codificados con uno (1) y cero (0) en caso contrario (Criaco, et al., 2017; Moreno-Gómez, et al., 2020).

Con respecto a las variables de control, se incluyeron el modelo la edad y el área de estudio de los participantes. Edad esta variable representa la edad de los estudiantes (Gómez-Araujo, et al., 2017). Finalmente, el área de estudio se mide como una variable dummy, en 11 áreas de estudios (artes/humanidades, negocios/administración, ciencias computacionales/IT, economía, Ingeniería y arquitectura, ciencias de las salud, derecho, matemáticas, ciencias sociales, ciencias de las artes y ciencias sociales) (Criaco, et al., 2017).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La Tabla 1 presenta el resumen de los estadísticos descriptivos de las variables dependientes e independientes utilizadas en el análisis de los 13.200 estudiantes universitarios activos de 2018. Los resultados de la Tabla 1 para la muestra completa evidencia que los estudiantes tienen en promedio 24.1 años y la mayoría de sus estudios son en negocios/administración e ingeniería. Además, los hallazgos indican que el 43,0% de los estudiantes manifiestan la intención de crear una empresa en el futuro (intención emprendedora). Nótese que la tasa de intención emprendedora entre los hombres (42,9%) es significativamente menor que la reportada para las mujeres (43,0%). Estos hallazgos son contrarios con los resultados de nuestra revisión de la literatura presentada (Bruni, et al., 2014; Goltz, et al., 2015; Moreno-Gómez, et al., 2020).

Con respecto a las variables clave relacionadas con los modelos de referencia de padres emprendedores, las estadísticas descriptivas en la Tabla 1 indican que el 57.7% de los estudiantes del estudio tienen un modelo de referencia de padres que trabajan por cuenta propia (el padre o la madre), mientras que la tasa de modelos de referencia de padres y madres emprendedores a seguir es 21,2% y 12,1%, respectivamente. Asimismo, las estadísticas descriptivas revelan que la media de modelos de referencia de padres entre los hombres (58,9%) es significativamente mayor (al nivel del 99%) que la encontrada entre las mujeres (56,8%); mientras que lo contrario ocurre en el caso de la variable vinculada al modelo de referencia de la madre emprendedora: el 12,9% de las mujeres tiene un modelo de referencia de madre emprendedora y esta tasa es superior (pero no es significativa) al valor reportado por los hombres (11,4%) (Tabla 1). Estos resultados son contrarios a los encontrados por Chlosta, et al. (2012), en ocho universidades alemanas.

Tabla 1. Estadística descriptiva para las variables estudiadas.

| | Muestra completa | | Sub-grupo mujeres | | Sub-grupo hombres | | |
|------------------------|------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|--------|
| N | 13.200 | | 7.627 | | 5.573 | | |
| Variable dependiente | Mean | Sd | Mean | Sd | Mean | Sd | t |
| Intención emprendedora | 0.430 | 0.492 | 0.430 | 0.495 | 0.429 | 0.495 | -0.104 |
| Variable Independiente | | | | | | | |
| Genero | 0.528 | 0.499 | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| Modelo referencia padres emprendedores | 0.577 | 0.493 | 0.568 | 0.495 | 0.589 | 0.492 | 2.394*** |
| Modelo referencia padre emprendedor | 0.219 | 0.414 | 0.212 | 0.408 | 0.229 | 0.420 | 2.358*** |
| Modelo referencia madre emprendedor | 0.121 | 0.327 | 0.129 | 0.335 | 0.114 | 0.318 | -2.541 |
| VARIABLES CONTROL | | | | | | | |
| Edad | 24.10 | 5.72 | 23.9 | 5.47 | 24.37 | 5.99 | 5.064*** |
| Area de estudio | | | | | | | |
| Artes/humanidades | 0.029 | 0.167 | 0.039 | 0.192 | 0.018 | 0.133 | -7.029 |
| Negocios/Administración | 0.347 | 0.476 | 0.383 | 0.486 | 0.307 | 0.461 | -9.208 |
| Ciencias computacionales /IT | 0.025 | 0.154 | 0.008 | 0.088 | 0.043 | 0.204 | 13.187*** |
| Economía | 0.042 | 0.202 | 0.045 | 0.208 | 0.039 | 0.194 | -1.865 |
| Ingeniería y arquitectura | 0.333 | 0.471 | 0.236 | 0.425 | 0.442 | 0.496 | 25.748*** |
| Ciencias de la salud | 0.066 | 0.250 | 0.097 | 0.295 | 0.033 | 0.179 | -14.661 |
| Derecho | 0.024 | 0.152 | 0.025 | 0.156 | 0.022 | 0.147 | -1.131 |
| Matemáticas | 0.005 | 0.071 | 0.054 | 0.074 | 0.005 | 0.068 | -0.065 |
| Ciencias naturales | 0.024 | 0.144 | 0.023 | 0.149 | 0.020 | 0.138 | -1.298 |
| Ciencias de las artes | 0.006 | 0.078 | 0.006 | 0.081 | 0.006 | 0.075 | -0.729 |
| Ciencias sociales | 0.061 | 0.238 | 0.087 | 0.283 | 0.030 | 0.171 | -13.932 |

*** Significativo para nivel 0.01.

** Significativo para nivel 0.05.

* Significativo para nivel 0.10.

Para probar las hipótesis propuestas que enfatiza la relevancia del género y los modelos de referencia de los padres emprendedores para explicar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, empleamos un modelo de regresión logística (logit). El modelo completo utilizado en este estudio es el siguiente:

$$EI_i = \beta_0 + \beta_1 \text{genero}_i + \beta_2 \text{modelo referencia padres emprendedores}_i + \beta_3 \text{variables control}_i + e_{it} \quad (1)$$

En la ecuación (1), la intención emprendedora (IE) es la variable dependiente, β_j es el vector de coeficientes estimados para las variables independientes (j) y e_{it} es el término de error distribuido logísticamente calculado para cada observación en la muestra (i). Las variables de control se refieren a la edad del estudiante y el área de estudios. Los resultados se presentan en la Tabla 2. En la Tabla 2, el modelo 1 muestra los resultados para el modelo de línea de base que considera el efecto del género y el modelo de referencia de los padres emprendedores sobre la intención emprendedora, mientras que el modelo 2 presenta los resultados del modelo completo que considera el efecto conjunto del género y los diferentes tipos de modelo de referencia de discriminado entre padre y madre emprendedores.

Tabla 2. Resultados regresión logística: genero modelo referencia padres emprendedores e intención emprendedora.

| Variables | Modelo 1 | Modelo 2 |
|--|-----------------------|----------------------|
| Genero | -0.0034 (0.706) | -0.0036 (0.693) |
| Modelo referencia Padres emprendedores | 0.0187** (0.033) | |
| Modelo referencia Padre emprendedor | | 0.018* (0.088) |
| Modelo referencia Madre emprendedora | | -0.006 (0.656) |
| Variables de control | | |
| Edad | 0.0004 (0.559) | 0.0004 (0.642) |
| Artes/humanidades | 0.0036 (0.915) | 0.0025 (0.940) |
| Negocios/administración | -0.0024 (0.917) | -0.0026 (0.907) |
| Ciencias computacionales / IT | -0.0372 (0.292) | -0.0383 (0.277) |
| Economía | -0.0249 (0.407) | -0.0255 (0.397) |
| Ingeniería y Arquietctura | -0.0125 (0.585) | -0.0135 (0.556) |
| Ciencias de la salud | 0.0097 (0.720) | 0.0089 (0.743) |
| Derecho | -0.0301 (0.5395) | -0.0309 (0.384) |
| Matematicas | -0.0498 (0.444) | -0.0481 (0.456) |
| Ciencias naturales | 0.0481 (0.184) | 0.0485 (0.181) |
| Ciencias de las artes | -0.0282 (0.634) | -0.0269 (0.651) |
| Ciencias sociales | 0.0118 (0.670) | 0.0115 (0.678) |
| Constante | -0.3399*** (0.006) | -0.2970** (0.015) |
| VIF | 1.03 | 1.50 |
| Wald Test (Chi2) | 14.51*** | 13.58*** |
| Log Likelihood | -9012.76 | -9013.26 |
| Observations | 13.200 | 13.200 |

*** Significativo para nivel 0.01, ** Significativo para nivel 0.05, * Significativo para nivel 0.10

Considerando que la regresión logística es la técnica econométrica utilizada cuando la variable dependiente son las intenciones emprendedoras. Los errores estándar robustos se presentan entre corchetes se pueden comentar:

Los valores promedio de VIF para el modelo logit se informan en la Tabla 2, para abordar la amenaza de la colinealidad. Los valores promedio de VIF oscilan entre 1,50 y 1,03. Los resultados de esta prueba de diagnóstico no plantean problemas de colinealidad, debido a que en todas las especificaciones del modelo, los valores de VIF no exceden de 10, una regla empírica generalmente aceptada para evaluar la colinealidad (Greene, 2003).

Los modelos 1 y 2 se utilizan para probar el conjunto de las hipótesis. Los resultados indican que la variable independiente de género (modelo 1: $b_1 = -0.0034$, $p > 0,10$; modelo 2: $b_1 = -0.0036$, $p > 0,10$) tiene una influencia negativa y estadísticamente no significativa sobre las intenciones empresariales. La variable del modelo de referencia de los padres emprendedores (modelo 1: $b_2 = 0.0187$, $p < 0.05$) tiene un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre las intenciones emprendedoras. Observamos los efectos marginales para interpretar correctamente los resultados. En resumen, entre los estudiantes de la muestra, las mujeres tienen entre 03.4 y 0.36 puntos porcentuales menos de probabilidades de tener intenciones empresariales, en comparación con la probabilidad de los hombres (Modelo 1 y 2 en la Tabla 2). Para las variables de control, la edad y el área de estudios no tiene incidencia en la probabilidad de incrementar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

La hipótesis 1, que propone que las mujeres tienen menores intenciones emprendedoras entre los estudiantes universitarios no es soportada. La evidencia sugiere que la probabilidad de intenciones empresariales de las mujeres disminuye en 0.34 puntos porcentuales, las probabilidades de ser emprendedoras, sin embargo estas diferencias no son significativas. Por otro lado, la hipótesis 2 que sostiene que tener un modelo de referencia de los padres aumenta las intenciones emprendedoras entre los estudiantes universitarios es soportada. Nuestros resultados sugieren que la probabilidad de intención empresarial aumenta en 1,87 puntos porcentuales si el individuo tiene un modelo de referencia de padres emprendedores, en comparación con la probabilidad de individuos sin un modelo de referencia de los padres. En general, estos resultados están en línea con los análisis de estudios anteriores (Chlosta, et al., 2012; Moreno-Gómez, et al., 2020). Además, el modelo 2 muestra un impacto positivo y significativo del modelo de referencia del padre emprendedor ($b_2=0.018$, $p<0.10$), mientras el modelo de referencia de la madre emprendedora presenta una relación negativa, pero no significativa ($b_3=-0.006$, $p>0.10$), con la intención de emprender.

CONCLUSIONES

Uno de los principales hallazgos de esta investigación es que no se pudo comprobar estadísticamente que la intención emprendedora es menor en las mujeres que en los hombres. En el caso de la muestra colombiana, los hallazgos son contrario con lo que la literatura viene demostrando a escala mundial con respecto a este tema, indicando que la probabilidad de que las mujeres sean emprendedoras es menor que la de los hombres (Bruni, et al., 2014; Goltz, et al., 2015). Asimismo, la evidencia contrasta los resultados de otras investigaciones en el contexto Colombia con respecto a este tema (Henríquez Daza, et al., 2010; Posada & Rubio, 2015).

De igual manera, desde la perspectiva de construcción social de género en Colombia, no se diferencia del rol femenino que se ha concebido en sociedades alrededor del mundo; por lo tanto, las mujeres colombianas perciben menos oportunidades de negocio (Henríquez Daza, et al., 2010). De acuerdo Henríquez, et al. (2010), muestra que la histórica discriminación social que enfrenta el género femenino genera un efecto en su participación en actividades laborales y empresariales en Colombia (Posada & Rubio, 2015). Sin embargo, esta discriminación en el país ha venido disminuyendo desde la constitución política de 1991, cuando se han generado normativas y mecanismos políticos para promover y monitorear la igualdad de género.

Por otro parte, tener un padre o una madre emprendedores influye positivamente en la intención emprendedora de sus hijos; En ese momento, esta influencia también podría generar el efecto contrario o negativo, y llevar a la descendencia a no tener intención emprendedora y por tanto a no identificarse con su padre o madre (Criaco, et al., 2017). Se puede interpretar en el caso de las jóvenes universitarias en Colombia, que el modelo de referencia de los padres emprendedores no termina siendo aplicado y promovido de la mejor manera posible, tanto en el contexto universitario, familiar, social y cultural.

Finalmente, de acuerdo con la TPC y la actividad emprendedora, las influencias de padre e hijos parecen ser algo más fuertes, mientras que no se confirma tal influencia para madres e hijas (Moreno-Gómez, et al., 2020). Lo anterior, sugiere que los modelos de conducta del padre juegan un papel más significativo en las intenciones empresariales de sus hijos que los modelos de conducta de la madre. Este resultado está en línea con Chlosta, et al. (2012), quienes evidenciaron que los hijos son fuertemente influenciados por los padres autónomos con mayor frecuencia que por las madres autónomas.

Los resultados de esta investigación tienen fuertes implicaciones prácticas. En primer lugar, esta investigación contribuye a una mejor comprensión de la influencia por género del modelo de referencia de los padres emprendedores en las intenciones emprendedoras, específicamente entre jóvenes universitarios; y estos hallazgos también generan evidencia científica en un contexto latinoamericano. En segundo lugar, este estudio le brinda información a los formuladores de políticas y rectores de universidades para diseñar estrategias que promuevan la actividad emprendedora en Colombia, este estudio propone que las diferencias de género deben ser tomadas en cuenta con respecto a la forma en que las mujeres absorben y asumen la influencia del modelo de referencia para motivar a sus padres. intención empresarial.

Este estudio presenta varias limitaciones que deben ser consideradas en futuras investigaciones. Primero, las limitaciones de los datos no nos permiten analizar las formas en que el modelo de referencia de los padres emprendedores contribuye a aumentar las intenciones empresariales. Segundo, no se tuvo cuenta los efectos de características específicas del modelo de referencia del padre y la madre emprendedora, como la educación, la edad, la cultura y la experiencia en el sector, para evaluar el vínculo con las intenciones empresariales. Tercero, nuestro estudio se limitó al contexto colombiano, por lo que se necesitan más investigaciones para establecer si nuestros hallazgos son aplicables a otros países en desarrollo. Y cuarto, sería valioso realizar un estudio longitudinal que permita evaluar todas las relaciones en nuestro modelo y de esta manera brindar resultados sólidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2014). *Gender and Entrepreneurship: An ethnographic Approach*. Routledge.
- Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F., & Minola, T. (2017). Parents' performance in entrepreneurship as a "double-edged sword" for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 49(4), 841-864.
- Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics*, 37(4), 397-415.
- Goltz, S., Buche, M. W., & Pathak, S. (2015). Political empowerment, rule of law, and women's entry into entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 605-626.
- Gómez-Araujo, E., & Bayon, M. C. (2017). Socio-cultural factors and youth entrepreneurship in rural region. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 19, 200-218.
- Gómez-Araujo, E., Manoj Chandra, B., & Moreno-Gómez, J. (2017). Regional variations of the impact of role models and fear of failure on entrepreneurship amongst the youth. *International Journal of Economic Research*, 14(6), 377-389.
- Greene, H. W. (2003). *Econometric Analysis*. Pearson Education India.
- Henríquez Daza, M. C., Mosquera Sánchez, C. E., & Arias Sandoval, A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Econ. Gest. Desarro. Cali (Colombia)*, 10, 61-77.
- Klyver, K., Nielsen, S. L., & Evald, M. R. (2013). Women's self-employment: An act of institutional (dis)integration? A multilevel, cross-country study. *Journal of Business Venturing*, 28(4), 474-488.
- Lafuente, E., & Gómez-Araujo, E. (2016). The territorial economic impact of entrepreneurial youthfulness. *Strategic Change*, 25(2), 187-204.
- Martins, I., Alvarez, C., Moreno-Gómez, J., Pérez, J. P., Lopez, T., & Hugueth Alba, A. (2019). El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto GUESSS 2018. http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Colombia.pdf
- Marvel, M. R., Davis, J. L., & Sproul, C. R. (2016). Human capital and entrepreneurship research: A critical review and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(3), 599-626.
- Moreno-Gómez, J., & Calleja-Blanco, J. (2018). The relationship between women's presence in corporate positions and firm performance: The case of Colombia. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(1), 83-100.
- Moreno-Gómez, J., Gómez-Araujo, E., & Castillo-De Andreis, R. (2020). Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia. Does gender play a moderating role?. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(3), 413-429.

Naudé, W., Amorós, J. E., & Cristi, O. (2014). Surfeiting, the appetite may sicken: entrepreneurship and happiness. *Small Business Economics*, 42(3), 523-540.

Posada, L. M. L., & Rubio, J. G. (2015). Entrepreneurship y género: mitos y realidades de la mujer empresaria. *FACCEA-Revista Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas*, 5(1), 35-43.

Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2016_INT_Report_final5.pdf