Intenciones emprendedoras en los estudiantes universitarios: una comparación entre Mozambique, Brasil y España

Delfina Lázaro Mateus[1]
Universidad Eduardo Mondlane, Mozambique
fynalazaro@gmail.com

DOI:

Fecha de recepción: 10 de enero de 2024
Fecha de aprobación: 11 de marzo de 2024

Cómo citar este artículo: Lázaro Mateus, D. (2024). Intenciones emprendedoras en los estudiantes universitarios: una comparación entre Mozambique, Brasil y España. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (96), (páginas). DOI:

Resumen

El estudio analizó las intenciones emprendedoras de estudiantes de la Universidad Eduardo Mondlane (Mozambique), comparándolas con los datos de los informes GUESSS más recientes de España (2021) y Brasil (2014). El proyecto GUESSS, de alcance internacional, investiga el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios, siendo escasa la información en África. Se aplicó un enfoque cuantitativo y descriptivo. En Mozambique se utilizaron cuestionarios, mientras que para España y Brasil se recurrió a datos secundarios de los informes. Los resultados indican que los estudiantes de artes y humanidades en Mozambique presentan mayores intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios (25,5 %) frente a sus pares de España y Brasil. Sin embargo, Brasil lidera en intención de emprender a cinco años (37,9 %). En ciencias sociales y jurídicas, aunque Brasil muestra un porcentaje superior, la tendencia es similar en los tres países. En general, en todos los casos se observa un aumento del interés por emprender con el tiempo tras la graduación. Respecto al clima emprendedor, Brasil (42,4 %) y España (41,1 %) presentan entornos más favorables que Mozambique, donde apenas un 2,3 % destaca condiciones positivas, especialmente en lo relativo al acceso a financiación y apoyo inicial. Se concluye que, aunque los contextos varían, las intenciones emprendedoras son similares. Por ello, las recomendaciones de los informes GUESSS de España y Brasil pueden ser adaptadas al contexto mozambiqueño, especialmente aquellas relacionadas con el fortalecimiento del emprendimiento universitario mediante financiamiento, infraestructura y formación específica.

Palabras clave: GUESSS global; intenciones emprendedoras; Mozambique; Brasil, España.

****

Entrepreneurial intentions in university students: a comparison between Mozambique, Brazil, and Spain

Abstract

The study analyzed the entrepreneurial intentions of students at Eduardo Mondlane University (Mozambique), comparing them with the most recent GUESSS reports from Spain (2021) and Brazil (2014). The GUESSS project, an international initiative, investigates entrepreneurial intentions among university students, with limited data available from Africa. A quantitative and descriptive approach was applied. In Mozambique, data were collected through questionnaires, while secondary data from the reports were used for Spain and Brazil. The results show that students in arts and humanities in Mozambique exhibit higher entrepreneurial intentions upon graduation (25.5%) compared to their peers in Spain and Brazil. However, Brazil stands out in terms of intention to start a business five years after graduation (37.9%). In the field of social sciences and law, although Brazil shows a higher percentage, the trend is similar across all three

[1]Doctora en Archivos, Documentación y Documentación. Universidad Carlos III de Madrid. Máster en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores. Universidad de Cádiz. ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6062-3475

countries. Overall, in all cases, there is an increase in entrepreneurial interest over time after graduation. Regarding the entrepreneurial climate, Brazil (42.4%) and Spain (41.1%) offer more favorable environments than Mozambique, where only 2.3% of respondents consider the conditions positive—particularly in terms of access to funding and initial support. The study concludes that, despite differing contexts, entrepreneurial intentions are similar. Therefore, the recommendations from the GUESSS reports of Spain and Brazil could be adapted to the Mozambican context, especially those aimed at strengthening university entrepreneurship through financial support, adequate infrastructure, and specific training.

Keywords: GUESSS global; entrepreneurial intentions; Mozambique; Brazil; Spain.

****

Intenções empreendedoras em estudantes universitários: uma comparação entre Moçambique, Brasil e Espanha

Resumo
O estudo analisou as intenções empreendedoras dos estudantes da Universidade Eduardo Mondlane (Moçambique), comparando-as com os dados dos relatórios GUESSS mais recentes da Espanha (2021) e do Brasil (2014). O projeto GUESSS, de alcance internacional, investiga o espírito empreendedor entre estudantes universitários, sendo escassa a informação no contexto africano. Foi aplicada uma abordagem quantitativa e descritiva. Em Moçambique, os dados foram recolhidos através de questionários, enquanto para Espanha e Brasil recorreram-se a dados secundários dos relatórios. Os resultados indicam que os estudantes das áreas de artes e humanidades em Moçambique apresentam maiores intenções empreendedoras ao finalizar os estudos (25,5 %) em comparação com os seus pares da Espanha e do Brasil. No entanto, o Brasil destaca-se na intenção de empreender cinco anos após a graduação (37,9 %). Nas ciências sociais e jurídicas, embora o Brasil apresente percentagens superiores, a tendência é semelhante nos três países. De forma geral, observa-se um aumento do interesse pelo empreendedorismo com o passar do tempo após a conclusão do curso. Quanto ao clima empreendedor, o Brasil (42,4 %) e a Espanha (41,1 %) apresentam ambientes mais favoráveis do que Moçambique, onde apenas 2,3 % consideram positivas as condições, especialmente no que se refere ao acesso ao financiamento e ao apoio inicial. Conclui-se que, apesar das diferenças contextuais, as intenções empreendedoras são semelhantes. Assim, as recomendações dos relatórios GUESSS da Espanha e do Brasil podem ser adaptadas ao contexto moçambicano, sobretudo aquelas relacionadas ao fortalecimento do empreendedorismo universitário por meio de financiamento, infraestrutura adequada e formação específica.

Palavras-chave: GUESSS global; intenções empreendedoras; Moçambique; Brasil; Espanha.

****

1. Introducción

En el panorama actual, el emprendimiento se ha transformado en un elemento clave para el desarrollo económico y social de las naciones. Por eso, cada vez más se reconoce la importancia de fomentar la cultura emprendedora desde temprana edad y, especialmente, entre los estudiantes universitarios (Angulo, 2021).

Emprender tiene que ver con la actitud y la capacidad de construir soluciones capaces de generar valor para la sociedad y para el entorno del cual el emprendedor forma parte. El plan de acción para el emprendimiento de la Comissão Europeia (2020), define el emprendimiento como la habilidad de las personas para convertir las ideas en acciones.

La capacidad de crear e innovar no es una habilidad innata, sino una destreza que puede aprenderse cuando las personas están expuestas a entornos que estimulan la creatividad y la innovación, por lo tanto, invertir en educación empresarial y emprendedora representa la posibilidad de que los jóvenes constituyan una empresa en el futuro (Pérez-Roa, 2019).

Algunos datos publicados por la Comissão Europeia (2020), muestran que los jóvenes que se involucran en este tipo de aprendizaje fortalecen sus conocimientos empresariales y adquieren una variedad de aptitudes y actitudes clave, como la creatividad, la iniciativa, la perseverancia, el trabajo en equipo, la conciencia del riesgo, la comprensión del riesgo, y el sentido de la responsabilidad. Por eso, entre el 15 % y el 20 % de alumnos que participan en un programa de microempresa crean más tarde su propia empresa.

La microempresa es un tipo de negocio formado típicamente por una persona o por miembros de una familia. Se dedica a la producción o comercialización de bienes y servicios. Por lo general, cuenta con menos de 10 empleados. Las operaciones comerciales suelen ser gestionadas por uno o varios miembros de la familia que tienen ingresos modestos. El administrador de la microempresa tiene la autonomía en la toma de decisiones (González-Ramón *et al*., 2022).

En el 2003, el Instituto Suizo de Investigación de Pequeñas Empresas y el Espíritu Empresarial de la Universidad de San Gall (KMU-HSG), aplicó la encuesta sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes (*global university entrepreneurial spirit students' survey* - GUESSS), con el propósito principal de evaluar sus intenciones, sus actitudes y sus actividades empresariales (Hussain y Channa, 2022).

Desde la publicación del primer informe GUESSS, se ha observado un notable interés y esfuerzo por parte de varios países europeos y americanos para realizar estudios similares.

No obstante, es importante resaltar que hay una escasez de países africanos que han realizado investigaciones exhaustivas en este campo. De los 58 países que participaron en la 9.ª edición, solo tres son africanos: Nigeria, Marruecos y Túnez.

Basándonos en esta observación, se plantea la realización de un estudio, con el objetivo de analizar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Mozambique, un país situado en el sur de África, con el fin de contrastar las similitudes y diferencias en cuanto a los factores que influyen en las intenciones emprendedoras de los estudiantes en Mozambique y otros contextos, el estudio comparó los resultados obtenidos en Mozambique con las investigaciones GUESSS llevadas a cabo en España (2021) y Brasil (2014).

Comparar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de diferentes continentes (Europa, América y África), y con contextos diferentes en cuanto al nivel de desarrollo, puede aportar información valiosa en el campo del emprendimiento y para la educación empresarial, también en cuanto a la actitud hacia el emprendimiento y el papel de las instituciones de enseñanza a nivel global o local en el desarrollo de intenciones emprendedoras y la creación de nuevas empresas. Esta comparación puede ayudar a:

- Identificar las diferencias entre los estudiantes de Brasil, Mozambique y España en cuanto a su interés por el emprendimiento y su percepción del riesgo asociado a la creación de empresas.
- Saber cómo la experiencia laboral previa, la educación en emprendimiento, la confianza en las propias habilidades o el apoyo social pueden afectar la intención emprendedora de los estudiantes en los 3 países.

2. Factores internos y externos al emprendimiento

El proceso emprendedor engloba todas las funciones, actividades y acciones relacionadas con la creación de nuevos mercados, nuevos negocios y oportunidades. Diversos factores externos, personales, ambientales y sociales influyen en la persona que se convierte en emprendedor, aunque, la mayoría de las veces, esto no se perciba.

Unos de los primeros estudios que intentó diseñar los factores que influyen para el emprendimiento fue realizado por el profesor David McClelland, de la Universidad de

Harvard, en 1961. Basado en una teoría de motivación psicológica (factores internos), el profesor definió que las personas se mueven por necesidades para poder emprender: la realización, la afiliación y el poder.

De acuerdo con Angulo (2021), las personas con un alto grado de realización tienden a buscar cambios en sus vidas, lo que las lleva a fijar objetivos y metas, y a enfrentarse a situaciones competitivas. La necesidad de afiliación surge cuando hay interés por establecer, mantener o restablecer relaciones afectivas positivas con otras personas, mientras que la necesidad de poder se manifiesta en una fuerte preocupación por ejercer influencia sobre otras personas.

Quienes buscan la realización suelen aspirar a un logro, compiten con sus propios criterios, por eso buscan superar un estándar de excelencia, esperan alcanzar sus objetivos a largo plazo y formulan planes para superar las dificultades y el entorno personal.

Los que aspiran por una afiliación quieren ser aceptados, por eso forman parte de grupos sociales y de amistades, estos, se inquietan por la ruptura de una relación interpersonal, de ahí su preocupación por establecer buenas relaciones con su entorno laboral. Y los que quieren poder suelen realizar acciones poderosas, despertar reacciones emocionales en otras personas y preocuparse siempre por la reputación, estatus y posición social.

Al intentar aproximar los factores que influyen para que las personas puedan emprender a una dimensión evolucionista e histórica, basándose en los rasgos psicológicos o en el enfoque conductual, Paulino *et al*. (2003) y González Rodríguez (2019), han trazado un mapa cronológico en el cual se recogen las principales características del emprendedor, a partir de 1848 hasta 1982.

Al contrario del enfoque conductual, el enfoque gerencial muestra que el emprendedor no solo necesita de los rasgos psicológicos para serlo, puesto que es necesario que tenga conocimientos específicos sobre los procesos productivos y de dirección organizacional (Macías *et al*., 2019).

En el enfoque conductual se destacan como elementos importantes los rasgos personales y la motivación. Este énfasis en los rasgos personales muestra que ciertas personas, debido a su personalidad y estado emocional-psicológico, tienen una mayor propensión a emprender. Según Macías *et al.* (2019) y García *et al.* (2010), algunas características relacionadas con estos rasgos, que suelen influir en el éxito del emprendedor, incluyen la autoafirmación, la independencia y la estabilidad emocional.

Junto a estos factores se suman también la agradabilidad que conlleva rasgos como la cautela, la flexibilidad, la paciencia, la indulgencia, la amistad y la diplomacia. En cuanto a la motivación, este rasgo permite que la persona se involucre de forma profunda con el emprendimiento. La motivación hará que el emprendedor se comprometa en tornar sus ideas en proyectos tangibles.

En lo que refiere al enfoque gerencial, hay que tener en cuenta los siguientes elementos: las habilidades gerenciales y el conocimiento del entorno. El primero tiene que ver con el impacto y la influencia del emprendedor en favorecer procesos de emprendimiento dentro de un determinado contexto cultural. En esta característica se destacan la capacidad de liderazgo, negociación, aprendizaje, innovación y experiencia (Macías *et al*., 2019).

El conocimiento del entorno está relacionado con los aspectos demográficos, legales, institucionales, políticos y financieros que son capaces de ayudar al emprendedor a tener una visión general sobre los aspectos que influyen positiva o negativamente para su proyecto o empresa.

A continuación, en la tabla 1 se muestra una adaptación realizada a partir del mapa elaborado por Paulino *et al*. (2003), que aborda los principales factores que influyen en el emprendimiento, siguiendo una evolución cronológica.

Tabla 1. Perfil del emprendedor

Años	Autores	Característica
1848-1959.	Mill, Weber, Schumpeter, Sutton y Hartman.	Tolerancia al riesgo, autoridad formal, innovación, iniciativa, responsabilidad, autoridad.
1961-1974.	McClelland, Davids, Pickle, Palmer, Hornaday, Aboud Winter, Borland y Liles.	Tolerancia y evaluador de riesgos, necesidad de realización, relaciones humanas, habilidad de comunicación, conocimiento técnico, autonomía, agresivo, poder, reconocimiento, innovación e independencia, autocontrol.
1977-1982.	Gasse, Timmons, Sexton, Welsh, White, Dunkelberg y Cooper.	Orientado a los valores de las personas, autoconfianza, orientado por las metas, arriesgarse de forma moderada, centro de control, creatividad, innovación, energético, ambicioso, positivo, necesidad de control, delega responsabilidades, orientado al crecimiento, profesionalización e independencia.

Fuente. Adaptado de Paulino et al. (2003).

En lugar de recoger los factores identificados en cada año, tal como lo hicieron Paulino *et al*. (2003), hemos organizado los principales factores dentro de un intervalo aproximado de 5 años. Al establecer este intervalo, tenemos la intención de verificar cuáles son las características que más se repiten a lo largo del tiempo.

La repetición de un factor puede significar, a partir de nuestra interpretación, que hay características emprendedoras, sean conductuales o gerenciales, que son más importantes para una persona emprendedora, pero sin que eso signifique que los demás sean menos importantes. Puesto que reconocemos que no es posible definir un perfil concreto para el emprendedor, dado que cada individuo lo construye según su entorno, personalidad y vivencias.

Conforme se evidencia en la tabla 1, la tolerancia al riesgo, la innovación, la responsabilidad y el autocontrol fueron las características que más han sido destacadas entre 1848 hasta 1982, considerando que los autores de esta época han verificado estas características muchas veces en sus estudios.

Retomando a la discusión sobre los factores y las características del emprendedor, se puede afirmar que la autoconfianza es uno de los factores clave para el éxito del emprendedor, puesto que le permite creer en sus habilidades y en sí mismo (Gómez-

Araujo *et al*., 2015). La autoconfianza es esencial para mantener la motivación, para la toma de decisiones importantes y para la superación de los obstáculos.

La pasión está igualmente relacionada con la motivación, que es capaz de llevar al emprendedor a actuar de forma que pueda cambiar su entorno. Este factor hace que el emprendedor tenga un sentimiento de disconformidad con el *statu quo* de las cosas, por eso tiene una fuerte lealtad a los valores y a su filosofía, que le provoca el deseo de cambiar la sociedad (Cortés y Landeta, 2021; Steinerowski *et al*., 2008).

En lo que refiere a la capacidad de asumir el riesgo, Collins Ventura *et al*. (2021) muestran que es un factor que está siempre asociado al emprendimiento, por eso saber administrarlo puede determinar el suceso o el fracaso del emprendedor. Iniciar un negocio implica enfrentar incertidumbres y desafíos que conllevan riesgos, pero hay que tener claro que la capacidad de asumir riesgos no significa ser precipitado o no tener estrategias para enfrentar la incertidumbre, sino que implica ser capaz de evaluar los riesgos y tomar decisiones a partir de datos e informaciones.

En lo que atañe al enfoque gerencial, la planificación, por ejemplo, es un factor esencial para el suceso de cualquier emprendimiento, por eso, los emprendedores no solo deben ser capaces de identificar las oportunidades, sino también tener una visión clara de lo que desean alcanzar.

Por lo anterior, el emprendedor debe ser capaz de diseñar el camino, es decir, el plan estratégico y operativo que le permitirá establecer objetivos y acciones claras. Al planificar, el emprendedor podrá tomar decisiones basadas en hechos e informaciones, establecer objetivos y metas para su negocio, a corto y medio plazo, y ajustar sus expectativas a la realidad que enfrenta (Cortés y Landeta, 2021).

En cuanto al liderazgo, este desempeña un papel esencial en la construcción de un equipo comprometido con los objetivos del proyecto emprendedor. Por ello, es fundamental que el emprendedor tenga la capacidad de motivar e inspirar a su equipo. En la perspectiva de Montero *et al*. (2017), el liderazgo implica que el líder posea:

- Carisma, para inspirar respeto y sentido de misión,
- Consideración individualizada, para estimular el aprendizaje a través de experiencias y capacitaciones,
- Estímulo intelectual, para despertar en sus seguidores el interés de pensar de otras formas y solucionar problemas de forma racional.
- Recompensa contingente, en el cual el líder entrega las recompensas al seguidor, de acuerdo con su desempeño.
- Administración por excepción, donde incentiva al equipo para que continúen con sus trabajos, de la misma manera, el desempeño está alineado con los objetivos trazados.

El aprendizaje, que fue también destacado en el liderazgo, puede ser un recurso fundamental para el emprendedor, haciendo que este adquiera habilidades, recursos y conocimientos necesarios para poner en marcha el negocio, bien como para hacer que crezca (Montero *et al*., 2017). Los emprendedores que quieran mantener el éxito de sus negocios son desafiados a aprender de forma continua, no solo sobre el producto o servicio que pretenden vender, sino también sobre cuestiones relacionadas con la administración, la gestión y las innovaciones que pueden incluir en el negocio, con el fin de hacerlo más atractivo.

Con respecto a la innovación, es necesario destacar que este factor conlleva ciertos riesgos para el emprendedor, porque exige que esté dispuesto a invertir tiempo y recursos, pero sin tener garantizado si la innovación será o no exitosa. Aun así, es importante destacar que el espíritu innovador es decisivo en un contexto cada vez más competitivo, puesto que se hace necesaria la capacidad de identificar oportunidades de forma rápida, ofrecer soluciones, servicios y productos personalizados y ser creativo en todos los sentidos (Araya-Pizarro, 2021).

Referente a la experiencia y el conocimiento técnico, estos pueden ayudar al emprendedor a tomar decisiones informadas y estratégicas sobre su negocio; sin contar también que son recursos que le proporcionan una gran ventaja para la viabilidad y rentabilidad del negocio, debido a que le permiten tener una comprensión profunda sobre su campo de

actuación, los desafíos y oportunidades relacionados con el negocio (Araya-Pizarro, 2021).

Adicionalmente, el entorno en el que se desarrolla un emprendimiento es un factor clave que puede influir en su éxito o fracaso. Este entorno incluye todos los factores externos que rodean al emprendimiento, como el mercado, la competencia, la economía, las posibilidades de financiación, capacitación, la cultura y las políticas gubernamentales.

Estos elementos se configuran como un ecosistema en el cual se forman una serie de relaciones e interdependencias. En el caso del ecosistema emprendedor, la configuración depende de interacciones complejas que se establecen entre 3 partes: individuos, organizaciones e instituciones.

Las relaciones que se establecen dentro del ecosistema emprendedor implican la necesidad de comprender el emprendimiento como parte de un amplio contexto, donde los individuos, organizaciones e instituciones son capaces de crear un ambiente en el cual se pueden asociar ideas, habilidades y recursos financieros capaces de permitir la existencia de empresas dinámicas (Auletta y Rivera, 2011).

Dentro de este ecosistema, las instituciones, por ejemplo, son las responsables de crear las "normativas (normas y valores) los aspectos cognitivos culturales (cómo se deben hacer las cosas) y los aspectos regulatorios (leyes y directrices)" (Torres Ortega, 2018, p. 6).

El funcionamiento de este ecosistema puede ser evaluado a partir del análisis de los siguientes aspectos: políticas, financiamiento, cultura, servicios de apoyo, capital humano y mercado.

Las políticas serían el marco regulatorio gubernamental, que sea capaz de influir en el éxito de un ecosistema de emprendimiento, ya que un entorno regulatorio favorable puede ayudar a atraer inversores y crear un ambiente propicio para el desarrollo de empresas y negocios.

El financiamiento serían los recursos financieros que pueden provenir de instituciones de microcréditos, inversionistas ángeles, capital de riesgo, incubadoras y aceleradoras que faciliten el acceso al capital semilla a diferentes segmentos de emprendedores.

La cultura son las normas sociales necesarias, comunes y aceptadas, que sean capaces de incentivar la innovación, la creatividad y que definan la creación de empresas como una forma de carrera necesaria y deseable (Autio *et al*., 2014).

En los servicios de apoyo se resaltan las infraestructuras, que abarcan las telecomunicaciones, el transporte y la energía, así como los parques tecnológicos. Además, se destaca igualmente la disponibilidad de servicios profesionales de apoyo para las nuevas iniciativas en ámbitos como el legal, laboral, fiscal o tecnológico, junto con la presencia de ONG dedicadas a la promoción del emprendimiento.

El capital humano se refiere a las universidades, escuelas de negocios y otros centros de formación pueden desempeñar un papel clave en la creación de un ecosistema de emprendimiento, una vez que pueden proporcionar educación y recursos para ayudar a los emprendedores a desarrollar sus habilidades empresariales. En lo que concierne a los mercados, la existencia de clientes exigentes y capaces de asumir riesgos en la adopción de nuevos productos y servicios resulta tan relevante como un juego competitivo transparente (Auletta y Rivera, 2011; Autio *et al*., 2014).

Los factores del ecosistema también son definidos como no controlables, puesto que el emprendedor no es capaz de controlarlos. No menos importante, hay que matizar que estos pueden ser favorables o no favorables para el emprendimiento, ya que, si son muy restrictivos, inexistentes o no favorables, pueden dificultar que los emprendedores tengan éxito, o que surjan nuevos negocios en el mercado (García-Macías *et al*., 2017).

2.1. Factores que determinan las intenciones emprendedoras

Antes de abordar las intenciones emprendedoras, es necesario primero hablar sobre el proceso emprendedor, que son las etapas secuenciales que una persona atraviesa para iniciar y gestionar su propio negocio. Es un camino que sigue un emprendedor desde la concepción de una idea hasta la creación y desarrollo de una empresa exitosa. El proceso

emprendedor implica tomar decisiones, asumir riesgos y enfrentar desafíos en cada etapa del camino (Pérez-Encinas *et al*., 2023).

Aunque puedan existir variaciones y adaptaciones en lo que refiere al proceso emprendedor, debido a las cuestiones relacionadas con la naturaleza del negocio y las circunstancias individuales, autores como Hisrich y Peters, y Timmons han desarrollado modelos para delinear dicho proceso.

El modelo de Hisrich y Peters consta de 4 fases: identificación y evaluación de la oportunidad, desarrollo del plan de negocio, determinación de los recursos necesarios y gestión de la empresa creada. Por otro lado, el modelo de Timmons (1994) se compone de 3 fases: identificación de la oportunidad, determinación de los recursos y del equipo emprendedor, que en este caso se refiere a las personas que colaboran con el proceso (Guzati, 2017).

En esta investigación nos centramos en la primera fase, la cual ambos teóricos consideran como la inicial, que es la identificación de la oportunidad. Entendiendo que esta primera fase abarca, principalmente, la existencia de la intención emprendedora, nos enfocaremos en el análisis de la intención emprendedora por parte de los estudiantes universitarios.

La intención se refiere al estado mental de una persona en el que se concentra en alcanzar un objetivo futuro (Liñán y Fayolle, 2015). Es un proceso cognitivo que involucra la planificación y la anticipación de las acciones necesarias para lograr dicho objetivo (Valencia *et al*., 2016). En el ámbito empresarial, la intención se refiere a la motivación que una persona tiene para crear y desarrollar su propio negocio. En general, se relaciona con la disposición a asumir riesgos y a perseverar a pesar de los obstáculos, para lograr sus objetivos.

En la literatura existen varios modelos que fueron desarrollados para entender la intención emprendedora, de estos, los más populares son los siguientes: el modelo de Shapero y Sokol (1982); el modelo de la teoría de la acción planeada de Ajzen (1991); y el modelo de la autosuficiencia empresarial.

El modelo de Shapero y Sokol tiene la intención de identificar los factores de orden social, situacional e individual que pueden conducir a la persona a desarrollar un

emprendimiento. Matiza que la intención de emprender de una persona está influenciada por las percepciones que tiene sobre su potencial y la viabilidad del emprendimiento, y por su actitud positiva a la hora de identificar oportunidades (Sánchez-Torné *et al*., 2021).

Por otro lado, el modelo de la acción planeada tiene como foco la influencia de las actitudes, las normas subjetivas y el control percibido sobre la intención de emprender. Según este modelo, la intención está determinada por la actitud hacia el emprendimiento, la presión social y la percepción de la capacidad para iniciar y administrar un negocio (Sánchez-Torné *et al*., 2021).

Con respecto al modelo de autosuficiencia empresarial, este tiene como base la creencia de que uno es capaz de realizar una tarea determinada. De acuerdo con este modelo, la autoeficacia empresarial influye en la intención emprendedora y está determinada por la experiencia empresarial anterior, el conocimiento y la motivación (Olmos, 2011).

Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015), en sus estudios sobre la intención emprendedora en estudiantes universitarios, muestran que los factores cognitivos y sociopersonales son capaces de influir en la medida que pueden ayudar al emprendedor a identificar y superar los obstáculos que se presenten a nivel empresarial.

Los factores sociopersonales están relacionados con las cuestiones inherentes a las experiencias previas del emprendedor, su red social, su personalidad y la educación o formación. Por otro lado, los factores cognitivos tienen que ver con la percepción de las oportunidades por parte del individuo, la autoeficacia emprendedora y la actitud hacia al riesgo (Olmos, 2011).

En general, en la experiencia previa, los individuos que han tenido una experiencia previa en el mundo empresarial o estuvieron expuestos a un ambiente familiar o social y empresarial, son más propensos a tener mayor intención emprendedora. En el caso de la red social, se puede decir que el hecho de tener una red social extensa, en la cual las personas son fuertes emocionalmente y en recursos, puede influir para que se tenga la intención de emprender (Vélez *et al*., 2020).

Referente a la personalidad, tal como se ha señalado anteriormente, las personas con alta autoeficacia, tolerancia al riesgo, fuerte necesidad de logro y con orientación hacia la

innovación, son más propensas a tener una mayor intención emprendedora. Lo mismo sucede con las personas que poseen una formación o educación formal o experiencia laboral relevante en el campo empresarial (Durán-Aponte y Arias-Gómez, 2015).

En lo que atañe a los factores cognitivos, la percepción de oportunidades en el mercado, junto a la capacidad de identificarlas y evaluarlas, así como la creencia de que uno es capaz de comenzar, administrar un negocio con éxito, evaluar y gestionar el riesgo, pueden ser factores que determinan, en gran medida, la intención emprendedora (Valencia *et al*., 2016).

Según Olmos (2011), las personas que tienden a asumir riesgos acostumbran, en general, a tener la intención de emprender. Además, cuanto más dominio y claridad estos individuos tienen de sus emociones, más posibilidades tienen de desarrollar nuevos productos y oportunidades para el mercado. Como afirman Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015), gran parte de las personas que pueden manejar la información sobre sus emociones y las de los demás, responderán mejor al entorno cuando se comparan con otros.

En resumen, la intención emprendedora marca la percepción que los individuos tienen sobre las normas subjetivas, y son capaces de facilitar o no la adopción de actitudes emprendedoras, como por ejemplo, la gestión del fracaso y los riesgos, la elección de una carrera, el contexto, las políticas y las normas del país, la forma como los estudiantes son formados, la atractividad del emprendimiento, las reacciones de las personas cercanas a un posible interés por el espíritu empresarial, las experiencias familiares/empresariales y las relaciones con ella, la planificación, los procesos necesarios para tener una empresa propia y las características empresariales de los que ya son empresarios (Hussain y Channa, 2022).

2.2. Las intenciones emprendedoras en los estudiantes universitarios

Con respecto a las intenciones emprendedoras en los estudiantes universitarios, Diánez *et al.* (2021), muestran que existen diversos factores que pueden influir en dicha intención, entre ellos, se pueden destacar los de nivel individual y contextual.

En el nivel individual, los autores citados argumentan que la edad, el género y la experiencia se constituyen como factores que determinan la intención emprendedora de los estudiantes, por ejemplo, cuanta más edad tienen los individuos, menos disposición tendrán para invertir su tiempo en entornos desconocidos. Con respecto al género, parece que los hombres suelen desempeñar más acciones emprendedoras en comparación con las mujeres.

Por otro lado, en el caso de los estudiantes que cuentan con experiencia laboral en una *startup* o en otras iniciativas emprendedoras, se observa que suelen tener más intenciones emprendedoras, en comparación con aquellos estudiantes que carecen de este tipo de experiencia (Diánez *et al*., 2021).

Conjuntamente, la formación y el nivel académico es igualmente un catalizador de las intenciones emprendedoras, puesto que cuanta más formación tienen los estudiantes, más tendrán la intención de emprender. Por ejemplo, los estudiantes universitarios que están en los últimos años de la carrera o tienen una experiencia laboral, manifiestan más la intención de emprender (Vieira da Silva, 2022).

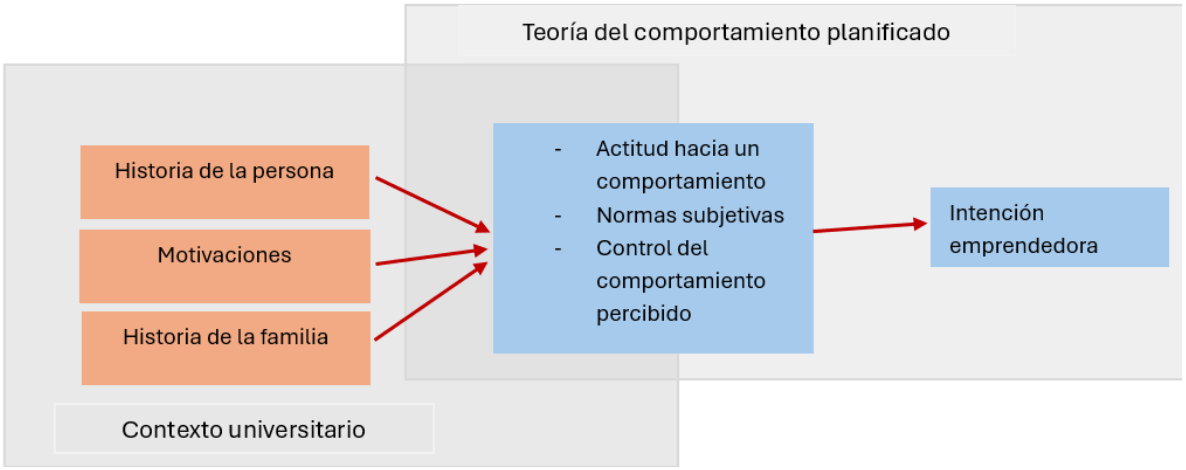
Concerniente a los factores contextuales relacionados con el ambiente universitario, Diánez *et al*. (2021), mencionan que el entorno del país, donde los estudiantes inician una carrera, es capaz de afectar sus intenciones emprendedoras, puesto que las políticas gubernamentales y el contexto cultural, afectan directa o indirectamente en el desarrollo de las actitudes emprendedoras.

En el 2003, el Instituto Suizo de Investigación de la Pequeña Empresa y el Espíritu Empresarial, de la Universidad de San Gall (KMU-HSG), aplicó una encuesta para percibir las intenciones, actitudes y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios (*global university entrepreneurial spirit students' survey* - GUESSS) (Hussain y Channa, 2022). Desde entonces, muchos países han recreado este estudio, tanto que en la 9.ª edición de la GUESSS, realizada en el 2020/21, participaron alrededor de 58 países, y se generaron un total de 266 943 respuestas.

El proyecto GUESSS recoge datos referentes a la intención de los estudiantes de crear una empresa, los que quieren iniciar o que ya la están gestionando, también el papel que las universidades están desempeñado en este proceso. Este proyecto tiene como base

conceptual el modelo de la acción planeada (explicada anteriormente). A continuación, se puede ver la figura 1, inspirado en el modelo de la acción planeada.

Figura 1. Teoría del comportamiento planificado



Fuente. Romaní et al. (2021), Sieger et al. (2011).

2.3. Estudios sobre intenciones emprendedoras en los estudiantes universitarios en Mozambique: estado de la cuestión

Aunque existan estudios publicados que analizan la intención emprendedora de los estudiantes en algunos países africanos, la ausencia de participación de estos países en informes globales como la GUESSS, puede resultar en que las estrategias locales o regionales para la promoción del emprendimiento no estén alineadas con las actividades, proyectos y programas de formación que las universidades desarrollen para fomentar las intenciones emprendedoras entre los estudiantes.

En lo que respecta a la búsqueda de estudios similares al GUESSS, se ha identificado que los países africanos, especialmente los ubicados en la zona sur, no elaboran informes nacionales o regionales relacionados con las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. Los estudios encontrados sobre esta temática se han realizado y publicado en formato de artículos y trabajos académicos.

Por ejemplo, estudios realizados por autores como Ismail (2022); Libombo (2016), Malebana (2014) y Ndala (2019), han analizado las intenciones emprendedoras en

estudiantes de instituciones superiores específicas de países como Mozambique, Malawi, Sudáfrica y Tanzania.

Los estudios encontrados demuestran que, aunque estos países no desarrollen estudios nacionales o regionales parecidos al GUESSS, no significa que esta temática no merezca atención.

En el caso de Mozambique, el estudio de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios parece ser un fenómeno reciente y aún poco explorado. Al realizar una búsqueda sobre estos estudios a través de Google Académico, una herramienta para la búsqueda de libros, artículos científicos e informes, se han identificado algunos estudios relacionados con el tema, aunque en cantidad limitada

El estudio más antiguo que se identificó fue el publicado por Robb *et al.* (2014), a través del libro: *Entrepreneurship education and training: insights from Ghana, Kenya and Mozambique*. Donde los autores presentan un análisis de las políticas y programas de educación y formación empresarial en 3 países del África subsahariana: Ghana, Kenia y Mozambique.

En este libro, los autores destacan la importancia del espíritu empresarial para el desarrollo económico de estos países, y analizan las iniciativas que se están llevando a cabo para fomentar la cultura empresarial y apoyar a los empresarios locales. Otros puntos importantes tratados por los autores están relacionados con los retos a los que se enfrenta la aplicación de estas iniciativas, como la falta de financiación, las infraestructuras limitadas y la falta de adecuación a las necesidades del mercado.

Por otro lado, se realizaron dos estudios, el primero tiene como título: *Entrepreneurship education in the context of developing countries: study of the status and the main barriers in Mozambican higher education institutions* (Libombo y Dinis, 2015).

Este estudio examina el estado actual de la educación empresarial en instituciones de educación superior en Mozambique, y las principales barreras que impiden su desarrollo. Según los autores, la educación empresarial en Mozambique aún se encuentra en sus etapas iniciales y enfrenta muchos desafíos, como la falta de recursos, capacitación inadecuada de los profesores, falta de conexión entre las instituciones de educación

superior y la comunidad empresarial, y la falta de financiamiento para proyectos empresariales. Además, destacan la necesidad de un enfoque más práctico en la educación empresarial en Mozambique, con un mayor enfoque en la incubación de empresas y el desarrollo de habilidades empresariales entre los estudiantes.

El segundo estudio, tiene como título: *Promoting entrepreneurship education through university networks: a case study of Mozambique* (Libombo *et al*., 2015). Donde se analiza la contribución de las redes universitarias a la promoción de la educación empresarial en Mozambique.

Los resultados del estudio indican que las redes universitarias pueden desempeñar un papel importante en la promoción de la educación empresarial, a través de la creación de programas de formación y capacitación, la promoción de la cultura empresarial y el apoyo a los empresarios locales. Igualmente, destaca que las redes universitarias también pueden fomentar la colaboración y la sinergia entre los diferentes actores del ecosistema empresarial, como los empresarios, los inversores y los responsables políticos.

Así como en el estudio anterior, los autores han destacado algunos desafíos que enfrentan las redes universitarias en Mozambique, como la falta de recursos y la falta de capacidad para hacer frente a las necesidades de capacitación empresarial de las comunidades locales (Libombo *et al.*, 2015).

El último estudio identificado fue escrito también por Libombo, y es su tesis doctoral, bajo el título: *Entrepreneurship promotion in Mozambique: the role of higher education institutions* (Libombo, 2016). La tesis se centra en analizar el papel de las instituciones de educación superior en la promoción del emprendimiento en Mozambique. El estudio se basa en la hipótesis de que las instituciones de educación superior pueden desempeñar un papel fundamental en el fomento del espíritu empresarial y el desarrollo económico en el país.

A partir de estos hallazgos, el autor propone una serie de recomendaciones para mejorar la promoción del emprendimiento en Mozambique, a través de las instituciones de educación superior. Entre estas recomendaciones se encuentran la necesidad de aumentar la financiación y los recursos para programas de emprendimiento, la necesidad

de establecer alianzas estratégicas con el sector empresarial y la necesidad de desarrollar políticas públicas que respalden la promoción del emprendimiento.

Dado lo expuesto, se observa que aún hay pocos estudios centrados en el análisis de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios en Mozambique. En este momento, los autores Libombo y Dinis son quienes más han investigado esta situación en el país. Considerando estos estudios aún incipientes, se puede afirmar que la escasez de investigación sobre estas temáticas dificulta la sistematización a nivel nacional de las intenciones y actividades empresariales de los estudiantes, así como la comprensión de los antecedentes y condiciones del contexto en el cual ellos aspiran a crear sus empresas. Asimismo, resulta complicado para las instituciones innovar, mejorar y establecer programas académicos en empresariado y emprendimiento que puedan satisfacer las necesidades del contexto (Sieger e*t al.*, 2021).

3. Metodología

El estudio utiliza un enfoque cuantitativo con características descriptivas. Se basa en análisis estadísticos y datos analizados en estudios como el GUESSS de Brasil y España, para establecer una comparación entre las actitudes, aptitudes y motivaciones que influyen en la intención de emprender de los estudiantes de la Universidad Eduardo Mondlane.

Dado que Mozambique, al igual que muchos países africanos, no forma parte del estudio global GUESSS, fue necesario comparar los datos recopilados a través del cuestionario realizado con los estudiantes de la Universidad Eduardo Mondlane, junto con los informes más recientes de los estudios GUESSS realizados en España (2021) y Brasil (2014).

Así, la recopilación de datos se llevó a cabo a través de un cuestionario semiestructurado, aplicado a estudiantes de la Universidad Eduardo Mondlane, utilizando como referencia las preguntas desarrolladas en el GUESSS de Brasil y España. Es importante destacar que el cuestionario se implementó exclusivamente en Mozambique, considerando la accesibilidad de los participantes. No obstante, en este contexto, es relevante subrayar que los estudios GUESSS de España y Brasil, han servido como fundamentos para el análisis y la construcción de inferencias, en relación con las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

Para comparar las intenciones emprendedoras entre España, Brasil y Mozambique, analizaremos variables como el campo de estudio, el género y la intención de emprendimiento.

El estudio se centra en los estudiantes de grado de la Universidad Eduardo Mondlane, que tiene una población de 28 104 estudiantes, mayoritariamente constituida por jóvenes de 18 hasta 34 años. Dado que la universidad cuenta con facultades y escuelas en todo el país, hemos optado por trabajar con estudiantes ubicados en la provincia de Maputo, por la facilidad del contacto y la recopilación de datos.

Para calcular el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula que permite determinar el tamaño estadísticamente significativo a partir de una población finita (sin reemplazo), cuando la variable principal considerada es cualitativa. La estimación de la proporción poblacional se expresa de la siguiente manera (Cochran, 1977; Singh, 2003):

$$n = \frac{Z^2 pqN}{d^2(N-1)+Z^2 pq} \quad (1)$$

Cuando N es muy grande: $N - 1 \approx N$, tenemos:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{d^2 N+Z^2 pq} \quad (2)$$

$$n = \frac{Z^2 pqN}{d^2 N+Z^2 pq} = \frac{1{,}96^2 \cdot 0{,}5 \cdot 0{,}5 \cdot 28104}{0{,}05^2 \cdot 28104+1{,}96^2 \cdot 0{,}5 \cdot 0{,}5} = 193.7769 \approx 194$$

Así, a partir del tamaño de la muestra que fue determinada para cada estrato, se aplicó la siguiente fórmula (en cada facultad o escuela), utilizando la asignación proporcional (muestreo estratificado proporcional).

$$n_h = \frac{N_h}{N} \cdot n \quad (3)$$

La muestra por sexo de las escuelas y facultades fue determinada de la siguiente forma:

$$n_{Masculino_ECA} = \frac{N_{Masculino_ECA}}{N_{ECA}} \cdot n_{ECA} = \frac{991}{2111} \cdot 15 \approx 7 \quad (4)$$

$$n_{Feminino_ECA} = \frac{N_{Feminino_ECA}}{N_{ECA}} \cdot n_{ECA} = \frac{1120}{2111} \cdot 15 \approx 8$$

Tabla 2. Distribución de la muestra de estudiantes por sexo

Unidad académica	Masculino	Femenino	Total
Escuela de Comunicación y Artes (ECA).	7	8	15
Escuela Superior de Ciencias del Deporte (ESCIDE).	1	1	2
Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal (FAEF).	4	3	7
Facultad de Ciencias (FC).	28	12	40
Facultad de Derecho (FD).	7	4	11
Facultad de Economía (FACECO).	13	8	21
Facultad de Educación (FACED).	7	15	22
Facultad de Filosofía (FF).	4	2	6
Facultad de Letras y Ciencias Sociales (FLCS).	38	32	70
	109	**85**	**194**

Fuente. Elaboración propia.

Sobre España y Brasil, no se ha replicado el tamaño de la muestra, puesto que el estudio se apoya en los datos previamente publicados por cada país, a partir de los respectivos informes globales GUESSS.

4. Resultados y discusión

Los estudiantes mozambiqueños de artes y humanidades tienen intenciones emprendedoras más predominantes al finalizar el grado, en comparación con España y Brasil (25,5 % Mozambique, 11,6 % España, 8,8 % Brasil), por otro lado, los estudiantes brasileños muestran mayores intenciones de emprender cuando los comparamos con los de Mozambique y España (37,9 % Brasil, 28,4 % Mozambique, 17,7 % España).

Por su parte, los estudiantes del campo de las ciencias de la salud en Brasil (9,6 %), tienen las intenciones más predominantes en comparación con España (6,1 %) y Mozambique (4,9 %), tanto al finalizar el grado como a los 5 años (34,4 % Brasil, 12,9 % España, 6,9 % Mozambique).

Otro punto para destacar es que las intenciones emprendedoras de los 3 países tienden a ser más similares en el campo de las ciencias sociales y jurídicas, aunque, por ejemplo, los estudiantes brasileños destacan sus intenciones emprendedoras después del grado (9,6 %) y a los 5 años (34,4 %).

ISSN: 0120-8160 (Impreso) - ISSN: 2590-521X (En línea)

Una vez que el estudio no ha logrado colectar datos significativos sobre el campo de la ingeniería y la arquitectura, considerando que dichas facultades están ubicadas fuera del campus donde se recolectaron los datos, así que no se comparan con esta área.

Al comparar las intenciones emprendedoras en relación con el género en los 3 países, se observa que estas son más predominantes en los hombres, en comparación con las mujeres, tanto al finalizar la formación como después de 5 años.

En general, los estudiantes españoles hombres, como las mujeres, tienen más intenciones emprendedoras al finalizar la formación (25,2 % hombres, 15,4 % mujeres) en comparación con los estudiantes de Mozambique (9,7 % hombres, 6,4 % mujeres) y Brasil (25,2 % hombres, 10,6 % mujeres).

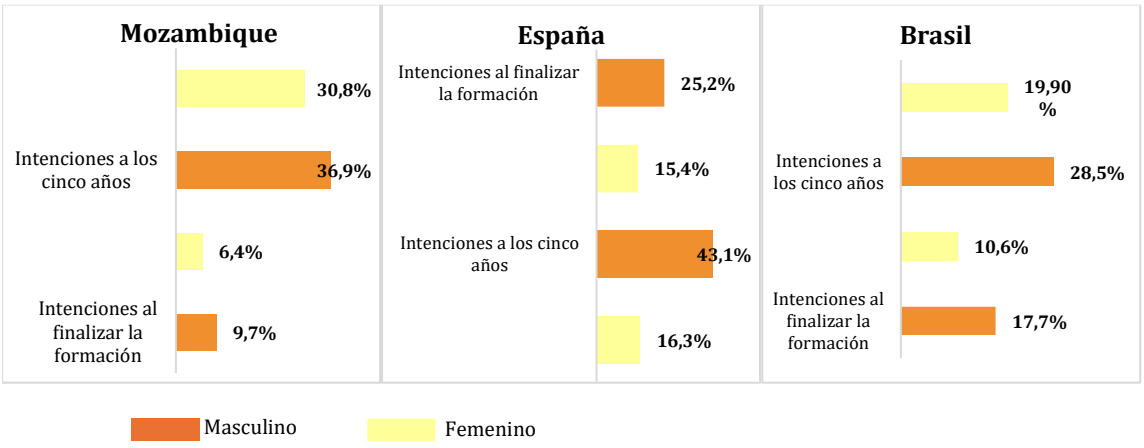
En lo que respecta a las intenciones de los estudiantes después de los 5 años de carrera, se evidencia que estas son más predominantes en los hombres españoles (43,1 %) y en las mujeres mozambiqueñas (30,8 %), cuando se comparan los 3 países.

Este artículo es un *online first* (versión definitiva del contenido del artículo, con diagramación provisional y asignación de DOI). Aún no cuenta con páginas definitivas, pero es citable utilizando su código DOI.

Figura 2. Comparación Mozambique-España, en relación con la rama de conocimiento

Fuente. Elaboración propia, basado en Lima et al. (2014) y Ruiz-Navarro et al. (2021).

Figura 3. Comparación de las intenciones en relación con el género



Fuente. Elaboración propia, basado en Lima et al. (2014) y Ruiz-Navarro et al. (2021).

Los datos revelan que las intenciones emprendedoras varían entre estudiantes de España, Mozambique y Brasil, con notables diferencias según el género. En España, tanto hombres como mujeres, muestran una alta propensión hacia el emprendimiento al finalizar la formación, indicando un ambiente emprendedor más consolidado. En Mozambique, las tasas de intenciones emprendedoras son generalmente más bajas, con menos diferencias entre géneros. En Brasil, las disparidades de género son más notorias al finalizar la formación, pero disminuyen con el tiempo. Esto subraya la importancia de considerar el contexto de desarrollo nacional y las dinámicas de género al analizar las intenciones emprendedoras. El hallazgo está respaldado por el estudio de Diánez *et al.* (2021), mostrando que el género influye en las intenciones emprendedoras, puesto que los hombres suelen tener más intenciones, en comparación con las mujeres.

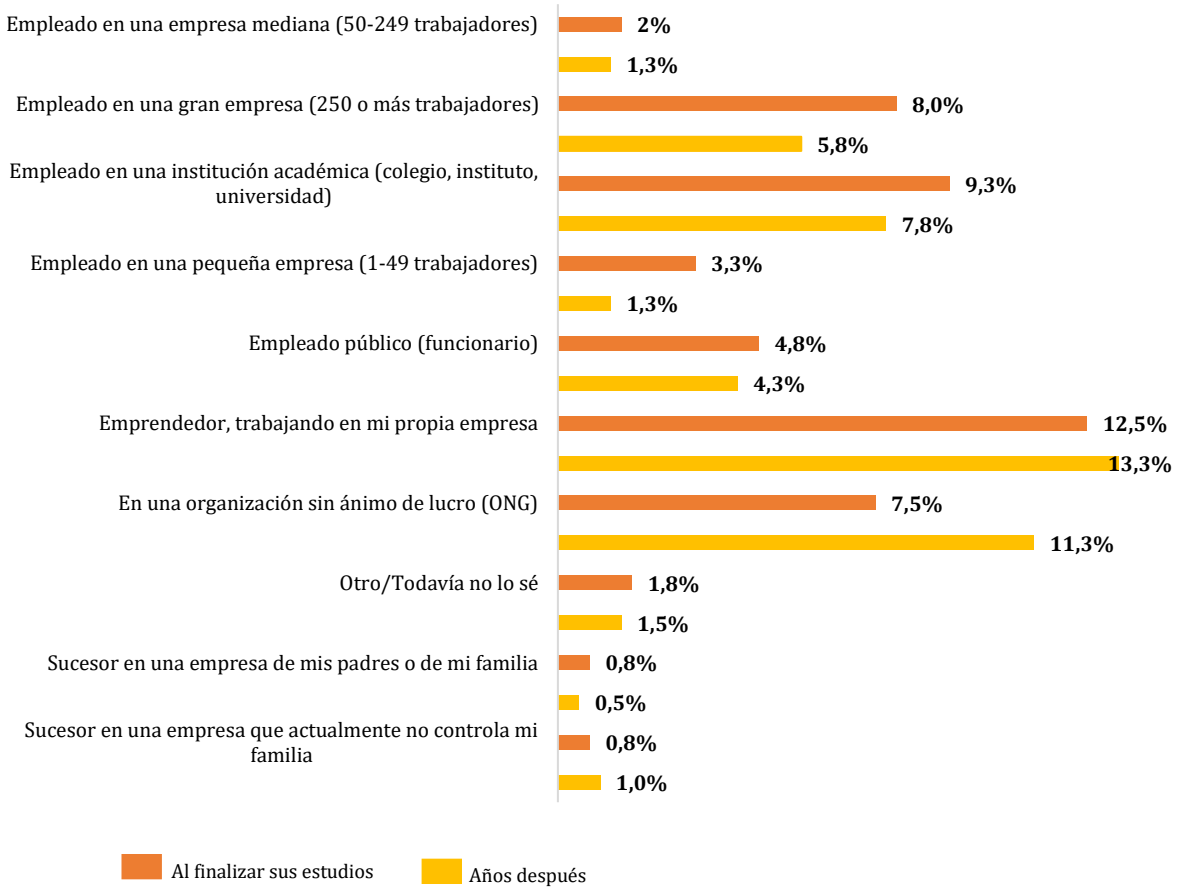
En la figura 4 se presentan los datos sobre la relación entre la elección de la carrera en los estudiantes de la UEM-Mozambique y las intenciones emprendedoras, tanto al finalizar la carrera como a los 5 años. Los datos indican que 12,5 % de los estudiantes manifiestan que existe una relación entre la elección de la carrera y la intención de emprender o fundar un emprendimiento al finalizar, y el 13,3 % indican que existe esta relación e intención a los 5 años tras finalizar la carrera.

Al comparar los datos anteriores con los del GUESSS España (Ruiz-Navarro *et al.*, 2021) y GUESSS Brasil (Lima *et al.*, 2014), se percibe que en los estudiantes españoles la elección

de la carrera está más relacionada con las intenciones emprendedoras, tanto al finalizar la carrera (13,0 %), como a los 5 años (23,1 %).

Sin embargo, en el caso de Brasil, existe una relación más débil entre la elección de la carrera y la intención de emprender justo después de finalizar la formación (7,9 %). En este país, la situación cambia después de los 5 años, ya que se identifica que el 33,5 % de los estudiantes afirman que existe una relación entre la elección de la carrera y la intención emprendedora.

Figura 4. Relación entre la carrera y la intención emprendedora en los estudiantes de la UEM-Mozambique



Fuente. Elaboración propia.

Conforme se ha abordado en la revisión bibliográfica, las diferencias en las percepciones sobre la relación entre la elección de la carrera y las intenciones emprendedoras pueden atribuirse a factores económicos y culturales específicos de cada país. Por eso, mientras

ISSN: 0120-8160 (Impreso) - ISSN: 2590-521X (En línea)

que, en España, con una cultura empresarial arraigada y una alta presencia de pequeñas empresas, los estudiantes tienden a valorar más esta relación; en Brasil, donde la formalidad laboral es más predominante, esta conexión puede no ser tan evidente de inmediato. Por otro lado, en Mozambique, donde la economía informal es significativa, el vínculo entre la educación universitaria y el espíritu empresarial parece ser menos claro, señalando la necesidad de promover una cultura empresarial más sólida y una mejor integración entre la educación y el emprendimiento.

Las figuras 5 y 6 presentan datos sobre el clima emprendedor en la UEM-Mozambique, con respecto a las asignaturas relacionadas con el emprendimiento en las carreras y los recursos facilitados por la universidad para fomentar el emprendimiento.

De acuerdo con la figura 4, el 25,2 % de los estudiantes dijeron que no tomaron ninguna de las asignaturas indicadas; y una minoría, 0,2 %, contestó que no quería que estas asignaturas se ofrecieran en la universidad. También se puede señalar que el 25,2 % de los estudiantes respondió que han tenido la asignatura de plan de negocio.

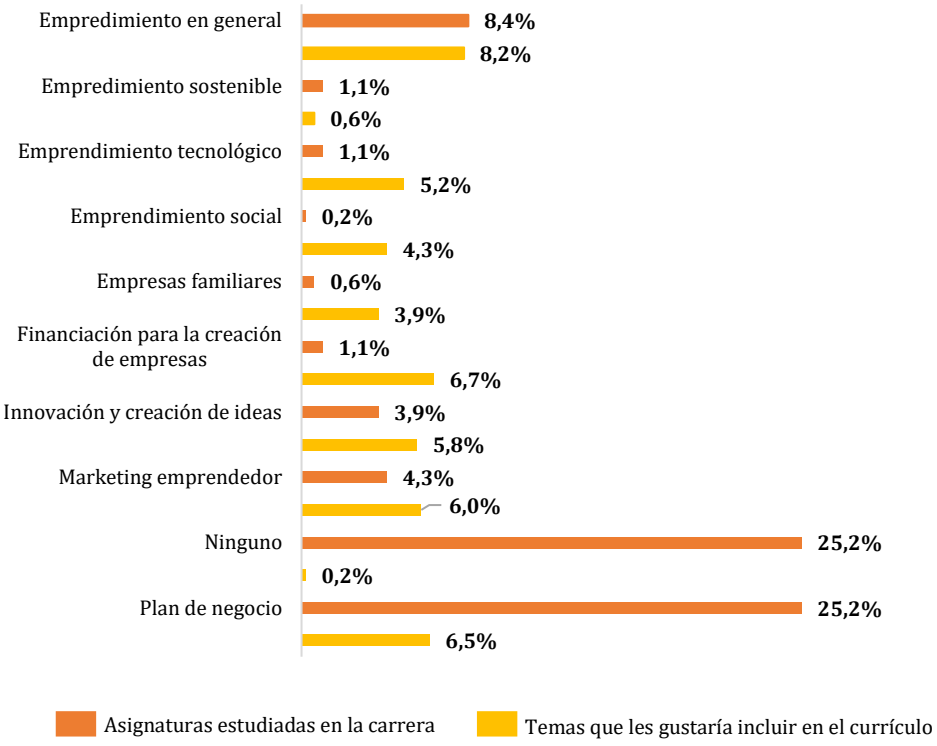
Al analizarse la figura, se puede decir que la mayoría de las asignaturas presentadas son deseables para los estudiantes, las más señaladas son: emprendimiento general (8,4 %), financiación para la creación de empresas (6,7 %), plan de negocio (6,5 %), *marketing* empresarial (6,0 %), innovación y generación de ideas (5,8 %) y emprendimiento tecnológico (5,2 %).

La tendencia de las respuestas presentadas en la figura 4 y 5 se asimilan a los datos encontrados en el informe GUESSS de España y GUESSS Brasil; se observó en estos informes que, en cuanto al clima emprendedor en las universidades, la mayoría de los estudiantes respondieron que no habían estudiado o asistido a una asignatura relacionada con emprendimiento, tanto en España (63,5 %) como en Brasil (57,9 %). Además, aunque en niveles diferentes, los estudiantes necesitan de los mismos recursos para que se fomente el emprendimiento en las universidades.

Los datos expuestos, muestran que la mayoría de los estudiantes en estos países indicaron que no habían estudiado o asistido a una asignatura relacionada con el emprendimiento en sus universidades, lo que sugiere una falta de exposición formal a temas empresariales durante su educación. Esta observación es consistente con la tendencia global de que

muchas instituciones educativas no ofrecen suficientes oportunidades de aprendizaje específicas sobre emprendimiento, lo que puede limitar la capacidad de los estudiantes para desarrollar habilidades empresariales y explorar sus intereses en este campo.

Figura 5. Asignaturas sobre emprendimiento en la UEM-Mozambique

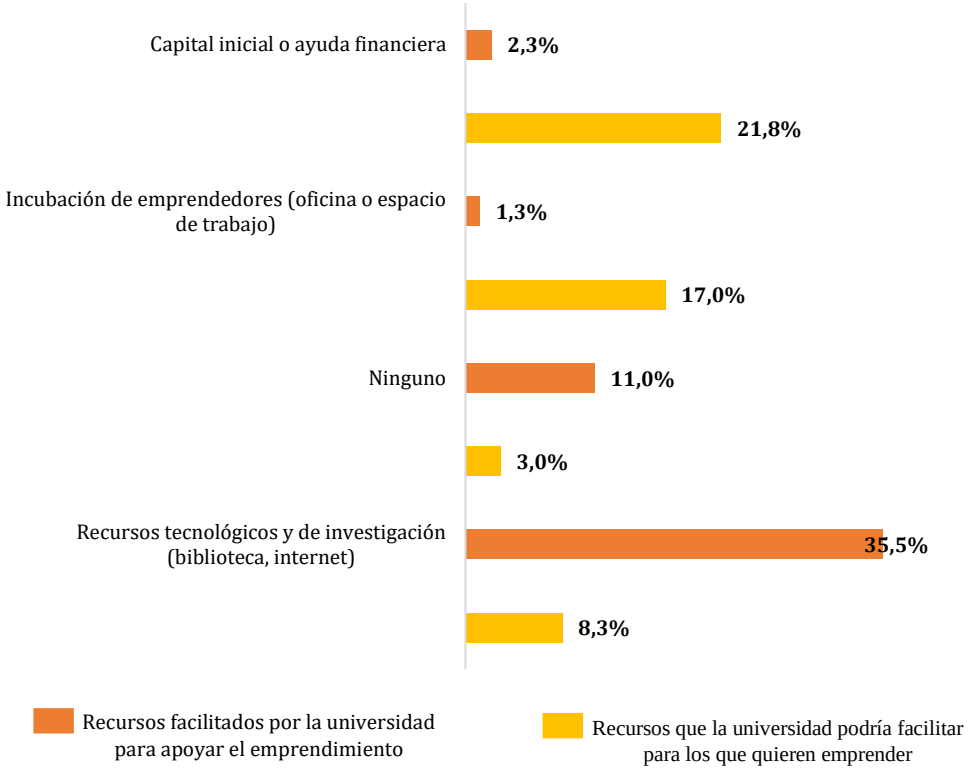


Fuente. Elaboración propia.

En cuanto a los recursos que la Universidad Eduardo Mondlane en Mozambique podría ofrecer para respaldar a los estudiantes interesados en emprender (ver figura 5), se destaca que el 35,5 % considera que la universidad facilita el acceso a recursos tecnológicos e investigativos. Sin embargo, solo el 2,3 % percibe tener acceso a recursos como capital inicial o asistencia financiera para iniciar un emprendimiento.

En Brasil, la evaluación de la existencia de un clima emprendedor, en cuanto a todos los tipos de recursos, alcanza el 42,4 %, mientras que en España se observa que la evaluación en relación con el clima emprendedor es del 41,1 % (Diánez *et al*., 2021; Ruiz-Navarro *et al*., 2018). Aproximándose así al clima encontrado en Brasil. Al compararlo con Mozambique, se evidencia que la suma de la existencia de recursos y el acceso al capital inicial no supera los indicadores del clima emprendedor encontrados en España y Brasil.

Figura 6. Asignaturas sobre emprendimiento en la UEM-Mozambique



Fuente. Elaboración propia.

Aunque se ha identificado un entorno favorable en España y Brasil, las recomendaciones del estudio enfatizan la necesidad de que las universidades ofrezcan servicios y unidades de apoyo al emprendimiento, centrándose en la creación y el crecimiento de *startups*. Esto incluye consideraciones sobre el tamaño de los proyectos, la formación del equipo emprendedor, las opciones de financiamiento, la conexión con grupos de investigación relevantes y la naturaleza. Además, es crucial establecer condiciones regulatorias, financieras y fiscales adecuadas para las etapas iniciales de los *startups*, especialmente durante la fase embrionaria antes de la fundación de la empresa. Esta etapa es esencial para aumentar el flujo de nuevos emprendedores en el proceso de emprendimiento.

Estas recomendaciones también son aplicables a Mozambique, especialmente en un contexto destacado por Libombo y Dinis (2015), en el que es fundamental promover la creación de programas de formación y capacitación, estimular la cultura empresarial y fomentar la colaboración sinérgica entre diferentes actores del ecosistema empresarial.

5. Conclusiones

Tras el análisis de los datos presentados, se han alcanzado los objetivos del estudio, una vez que fue posible comparar las intenciones emprendedoras de los estudiantes entre España y Brasil, con los datos obtenidos a partir del cuestionario aplicado en la Universidad Eduardo Mondlane en Mozambique.

El estudio presenta varias limitaciones que deben considerarse al interpretar sus hallazgos. En primer lugar, la investigación se centró exclusivamente en los estudiantes de la Universidad Eduardo Mondlane (UEM) en Mozambique, lo que restringe la diversidad de perspectivas y contextos institucionales. Esta limitación contrasta con estudios similares realizados en Brasil y España, donde se incluyeron múltiples universidades, proporcionando una visión más amplia y comparativa de las intenciones empresariales estudiantiles.

Además, la muestra utilizada en el estudio puede no ser completamente representativa de la población estudiantil mozambiqueña en su conjunto, ya que factores como la ubicación geográfica, los recursos disponibles y las diferencias en los programas académicos pueden influir significativamente en las percepciones y aspiraciones emprendedoras.

Otra limitación importante es que el estudio no consideró otras variables contextuales, como el acceso a redes de mentoría, apoyo institucional al emprendimiento o la influencia de factores socioeconómicos en la intención empresarial. Estos elementos podrían tener un impacto relevante en los resultados y deberían ser abordados en futuras investigaciones.

Dado este contexto, es crucial que estudios posteriores amplíen la muestra para incluir estudiantes de diferentes universidades y regiones de Mozambique. Esto permitiría obtener una visión más completa y representativa de las intenciones empresariales de los estudiantes, así como identificar factores contextuales que puedan influir en el desarrollo del emprendimiento en el país.

Otra limitación significativa del estudio es la escasa participación de los países africanos en investigaciones globales sobre la intención emprendedora y las tendencias

ISSN: 0120-8160 (Impreso) - ISSN: 2590-521X (En línea)

empresariales en instituciones de educación superior. A nivel mundial, numerosos estudios evalúan las motivaciones, obstáculos y oportunidades para el emprendimiento entre los estudiantes universitarios, pero la mayoría de estos trabajos se concentran en América del Norte, Europa y, en menor medida, América Latina y Asia.

Esta falta de representación africana en estudios comparativos limita la posibilidad de establecer referencias globales adecuadas para el contexto del continente. Sin datos suficientes sobre la intención emprendedora en países africanos, resulta difícil construir indicadores específicos que reflejen la realidad local, considerando factores como la informalidad del mercado, el acceso al financiamiento y las particularidades de los sistemas educativos y económicos de la región.

Asimismo, la ausencia de estudios africanos en bases de datos internacionales restringe la visibilidad y el reconocimiento de los desafíos y potenciales del emprendimiento en el continente. Esto, a su vez, puede afectar el desarrollo de políticas públicas, programas de apoyo y estrategias institucionales enfocadas en fortalecer el ecosistema emprendedor en las universidades africanas.

La comparación entre los 3 países revela que los estudiantes de los campos de conocimiento de artes y humanidades, así como las ciencias sociales y jurídicas, presentan intenciones emprendedoras predominantes, tanto en España como en Mozambique y Brasil.

En relación con la elección de la carrera con la intención de emprender en Mozambique, se concluye que, a pesar de no observarse una gran diferencia entre aquellos que desean emprender inmediatamente después de completar la carrera y aquellos que lo consideran después de 5 años, se percibe una tendencia entre los estudiantes a pensar en emprender después de ese periodo. Esta característica también fue identificada en los estudios GUESSS realizados en Brasil y España.

En cuanto al estímulo al emprendimiento, se ha concluido en los estudios global GUESSS realizados en España y Brasil, sobre la necesidad de que las universidades implementen más medidas para fomentar las intenciones emprendedoras en los estudiantes. Esto se centra especialmente en las asignaturas relacionadas con el emprendimiento y los recursos, como capital inicial, financiación e infraestructuras. Esta misma conclusión se

identificó en los datos recopilados, y también en el estado del arte sobre las intenciones emprendedoras en Mozambique, indicando que aún queda mucho por hacer para impulsar el espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios en ese país.

No obstante, es crucial considerar que, a pesar de esta similitud, debido a las diferencias que se pueden identificar en el contexto social, económico y de desarrollo entre los 3 países, por ejemplo, el hecho de que Mozambique sea un país en desarrollo y tenga una infraestructura limitada, así como diferencias más marcadas en los roles de género en comparación con España, puede influir para que las tasas de intención sean más bajas.

Basándonos en las discusiones presentadas y considerando que el objetivo del estudio es establecer una base para comprender las intenciones emprendedoras en los estudiantes universitarios de Mozambique, a través de una comparación con España y Brasil, a continuación, se presentan algunas recomendaciones dirigidas tanto al Gobierno como a las universidades, en específico la Universidad Eduardo Mondlane:

- Fortalecer la formación emprendedora, ofreciendo asignaturas específicas sobre emprendimiento y temáticas relacionadas con la sustentabilidad y el emprendimiento social.

- Mejorar el apoyo y los recursos, brindando a los estudiantes programas de incubación de proyectos, acceso a financiamiento, asesoramiento y mentoría.

- Fomentar el espíritu emprendedor, a partir de la promoción de la cultura emprendedora en la universidad, organizar eventos y conferencias relacionadas con el emprendimiento, y facilitar el *networking* y la conexión con emprendedores exitosos.

- Crear un entorno regulatorio favorable y simplificado para los emprendedores, reduciendo la burocracia y facilitando los trámites necesarios para iniciar y operar un negocio.

- Establecer programas de apoyo financiero, como subvenciones y préstamos a bajo interés, para brindar capital inicial a emprendedores y ayudarles a superar las barreras financieras iniciales.

- Promover la educación emprendedora desde etapas tempranas de la educación, colaborando estrechamente con las instituciones educativas para incorporar la enseñanza de habilidades empresariales y fomentar la mentalidad emprendedora entre los jóvenes.

Estas recomendaciones pueden fortalecer el ecosistema emprendedor en esta universidad, proporcionar un apoyo adecuado a los estudiantes y emprendedores y fomentar el desarrollo económico y social a través del emprendimiento.

Considerando las limitaciones del estudio, se proponen como futuros estudios realizar una investigación más profunda sobre las intenciones emprendedoras, que engloben todas las universidades e instituciones superiores en Mozambique. También, sería interesante hacer un seguimiento a largo plazo de los estudiantes con intenciones emprendedoras, con el fin de analizar su trayectoria empresarial y los desafíos a los que se enfrentan a medida que desarrollan sus negocios.

También se propone como futuro estudio investigar en profundidad los factores socioeconómicos y culturales que influyen en las intenciones emprendedoras de los estudiantes mozambiqueños, con el objetivo de comprender mejor cómo pueden ser abordados y fomentados.

6. Referencias

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Angulo, E. A. (2021). La evolución del concepto de emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, *14*(23), 32-48. https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126

Araya-Pizarro, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento: impulsores clave de la intención emprendedora. *Cuadernos de Investigación Educativa*, *12*(2). https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2.3091

Auletta, N. y Rivera, C. (2011). Un ecosistema para emprender. *Debates IESA*, *16*(4), 12-17. http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/?p=471

Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D. y Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, *43*(7), 1097-1108. https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.015

Collins Ventura, N., Vera Campuzano, N. & Tul Tipantuña, L. (2021). Actitud positiva y su efecto en la capacidad de asumir riesgos de los emprendedores del cantón la libertad. *Journal of Business and Entrepreneurial Studies*, *5*(2), 1-6. https://www.redalyc.org/journal/5736/573666758001/html/

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3.ª ed.). John Wiley & Sons.

Comissão Europeia. (2020). *Comunicação da comissão: plano de ação empreendedorismo 2020.*

Cortés, C. B. y Landeta, J. M. I. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración*, *66*(1), 1-26. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327

Diánez, J., Franco, N. y Ruiz, J. (2021). Intenciones y condicionantes nacientes universitarios en España y países del G7. *Economía Industrial*, (419), 65-80. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8011108

Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, *6*(2), 320-340. https://doi.org/10.21501/22161201.1528

García, C., Martínez, A. y Fernández, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, *19*(2), 31-48. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3185118

García-Macías, M. A., Zerón-Félix, M. y Sánchez-Tovar, Y. (2017). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, *14*(1), 88-103. https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.2712

Gómez-Araujo, E., Lafuente, E., Vaillant, Y. y Gómez Núñez, L. M. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *Innovar, 25*(57), 157-174. https://doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50358

González-Ramón, E., Ramírez-López, G., Serdán-Valencia, K., Morales-Ochoa, C. y Scaffy-Vivero, J. (2022). Las microempresas como entes generadores de empleo en el Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, *7*(3), 86-95. https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1073

González Rodríguez, I. (2019). *Los factores personales y culturales que influyen en los emprendimientos empresariales.* [Tesis de maestría]. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. https://repository.unad.edu.co/handle/10596/30191

Guzati, A. (2017). *Imigrantes empredores: influências de ser estrangeiro no processo de empreder.* [Trabalho de conclusão de curso de graduação]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. http://hdl.handle.net/10183/174568

Hussain, A. & Channa, N. A. (2022). *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) 2020-2021.* https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10632.34566

Ismail, I. J. (2022). My intentions, my choice! How does lecturers' competency influence entrepreneurial intention among undergraduate university students in Tanzania? *Cogent Education*, *9*(1). https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2151237

Libombo, D. B. (2016). *Entrepreneurship promotion in Mozambique: The role of higher education institutions.* [Doctoral thesis]. Universidade da Beira Interior. http://hdl.handle.net/10400.6/4204

Libombo, D. B. & Dinis, A. (2015). Entrepreneurship education in the context of developing countries: Study of the status and the main barriers in Mozambican higher education institutions. *Journal of Developmental Entrepreneurship, 20*(3), 1550020. https://doi.org/10.1142/S108494671550020X

Libombo, D. B., Dinis, A. & Franco, M. (2015). Promoting entrepreneurship education through university networks: A case study in Mozambique. In J.C. Sánchez-García (Ed.). *Entrepreneurship Education and Training.* IntechOpen. 10.5772/59344

Lima, E., Nassif, V. M., Lopes, R. M. & Caderno, D. S. (2014). *Educação superior em empreendedorismo e intenções empreendedoras dos estudantes relatório do estudo GUESSS Brasil 2013-2014*.

Liñán, F. & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *11*, 907-933. https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5

Macías, M. Á., Sánchez, Y., y Zerón, M. (2019). Factores conductuales y gerenciales determinantes del éxito emprendedor en México. *Revista De Ciencias Sociales*, *25*(2), 26-39. https://doi.org/10.31876/rcs.v25i2.27331

Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial intentions and entrepreneurial motivation of South African rural university students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, *6*(9), 709-726. https://doi.org/10.22610/jebs.v6i9.531

Montero, G., Zalazar, M., Guzmán, B. y Salas, L. (2017). Liderazgo como competencia emprendedora. *Espacios*, *38*(4), 24-38.

Ndala, N. N. (2019). Investigating the effectiveness of entrepreneurship education in developing entrepreneurial intentions among students in HEIs located in Blantyre District of Malawi. *African Journal of Business Management*, *13*(3), 105-115. https://doi.org/10.5897/ajbm2018.8673

Olmos, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, *11*(1), 65-75. https://produccioncientificaluz.org/index.php/multiciencias/article/view/16839

Paulino, A. D., Maria, S. & Rossi, M. (2003). Um estudo de caso sobre perfil empreendedor - características e traços de personalidade empreendedora. In EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. Brasilia. UEM/UEL/UnB (pp. 205-220). https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/15.pdf

Pérez-Encinas, A., De Pablo, I., Bueno, Y. y Santos, B. (2023). *Cómo fomentar el emprendimiento intergeneracional: propuesta de una metodología de intervención activa*. Universidad de la Laguna.

Pérez-Roa, L. (2019). Emprendedores por necesidad: el emprendimiento como estrategia de pago de deudas en un contexto de precariedad laboral. *Aposta: Revista de Ciencias Sociales*, *83*, 61-75. http://agora.edu.es/servlet/articulo?codigo=7196502

Robb, A., Valerio, A. & Parton, B. (2014). *Entrepreneurship education and training: Insights from Ghana, Kenya and Mozambique*. http://documents.worldbank.org/curated/en/899101468336560527

Romaní, G., Atienza, M., Rojas, N., Rodríguez, K. y Vera, P. (2021). *Intención y actividad emprendedora de estudiantes universitarios en Chile*.

Ruiz-Navarro, J.; Diánez-González, J.P.; Franco-Leal, N.; Sánchez-Vázquez, J.M.; Camelo-Ordaz, C. (2021). *Informe GUESSS España 2021: el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios*. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2021/GUESSS_Report_2021_Spain.pdf

Ruiz-Navarro, J., Ramos Rodríguez, A. R., Paula, M. y Lechuga Sancho, M. P. (2018). *Emprendimiento universitario en España. Informe GUESSS 2018*. http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Spain.pdf

Sánchez-Torné, I., Pérez-Suárez, M., García-Río, E. y Baena-Luna, P. (2021). ¿Cómo influye el género en la intención emprendedora? Un análisis del estudiantado universitario. *Revista de Investigación Educativa*, *39*(2), 427-444. https://doi.org/10.6018/rie.428451

Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice Hall.

Sieger, P., Fueglistaller, U. & Zellweger, T. M. (2011). *Entrepreneurial intentions and activities of students across the world*. https://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_INT_2011_FINAL.pdf

Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. & Hatak, I. (2021). *Global student entrepreneurship 2021: insights from 58 countries 2021.* Global University Entrepreneurial. https://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2021_Global_Report.pdf

Singh, D. (2003). *Advanced sampling theory with applications: How Michael 'selected' Amy*. Kluwer Academic Publishers. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0789-4

Steinerowski, A. Jack, S. & Farmer, J. (2008). *Who are the social entrepreneurs and what do they actually do?* Babson College Entrepreneurship Research Conference BCERC. https://ssrn.com/abstract=1348129

Torres Ortega, J. A. (2018). Ecosistemas para el emprendimiento: características del concepto y su aplicación a la empresa social. *Revista Vasca de Economía Social*, *14*, 61-76. https://doi.org/10.1387/reves.18004

Valencia, A., Montoya, I. y Montoya, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, *12*(4), 881-922. https://doi.org/10.3926/ic.730

Vélez, C. I., Bustamante, M. A., Loor, B. A. y Afcha, S. M. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación Universitaria*, *13*(2), 63-72. https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063

Vieira da Silva, C. P. (2022). *A intenção empreendedora em estudantes universitários: um estudo com alunos de engenharia da Universidade do Minho*. [Dissertação de Mestrado]. Universidade de Minho. https://hdl.handle.net/1822/81364