



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO



# LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO

---

## COORDINADORES

Dr. José Luis Esparza Aguilar

Dra. María de Jesús Pérez Hervert

Dr. José Luis Zapata Sánchez

Mtro. Naiber José Bardales Roura

---

---

# LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO

## *COORDINADORES*

*Dr. José Luis Esparza Aguilar*

*Dra. María de Jesús Pérez Hervert*

*Dr. José Luis Zapata Sánchez*

*Mtro. Naiber José Bardales Roura*



---

**DATOS DE CATALOGACIÓN BIBLIOGRÁFICA:**

José Luis Esparza Aguilar, María de Jesús Pérez Hervert, José Luis Zapata Sánchez y Naiber José Bardales Roura.

Primera edición

Editor: Universidad de Quintana Roo

México 2018

ISBN: **978-607-9448-62-2**

Área: Ciencias Sociales y Administrativas

Formato: electrónico

Páginas: 135

---

**LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO****OBRA COLECTIVA**

Esta obra es producto de investigaciones colectivas por Profesores-Investigadores de seis Instituciones de Educación Superior (IES) de México sobre el tema de la intención emprendedora de los estudiantes del área económica-administrativa, y fue evaluada con arbitraje de doble ciego y mediante cesión de derechos por parte de los autores. Los gastos de operación de las investigaciones, su arbitraje, trámites de edición y publicación son erogadas por los propios investigadores y las instituciones de adscripción.

**D. R. © UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra y su transmisión por cualquier medio, actual o futuro, sin el consentimiento expreso por escrito del titular del derecho. La composición de interiores y el diseño de cubierta son propiedad de la Universidad de Quintana Roo.

Las opiniones expresadas por los autores de los capítulos no necesariamente refleja la postura del editor de la publicación.

**Editado en Chetumal, Quintana Roo, 2018.**



---

# PRÓLOGO

“Debes ser el cambio que quieres ver en el mundo”.

Gandhi

Cuando los autores amablemente me compartieron este libro, me entusiasmó la posibilidad de poder contribuir en el desarrollo de un mayor número de universitarios emprendedores mexicanos exitosos. A través de sus páginas, los autores nos ofrecen elementos clave que conforman la intención emprendedora en los universitarios en el país, a saber, factores del perfil emprendedor, así como demográficos y psicosociales.

En tiempos de grandes retos económicos y sociales, como los presentes, donde el cambio constante y permanente es su principal particularidad, todos tenemos una responsabilidad que asumir. Ante el universitario emprendedor, desde el ámbito familiar, como padre, madre o hermano(a), desde el ámbito profesional, como consultor, mentor o actor del ecosistema o desde el ámbito educativo como investigador, profesor o tutor, todos tenemos un compromiso que cumplir de manera sincrónica y complementaria para acompañar a la germinación exitosa de la semilla emprendedora universitaria.

Sin duda, falta mucho por saber, no obstante, el trabajo concentrado en este libro sobre la intención emprendedora de los universitarios en estados de Quintana Roo, Puebla, Estado de México y Oaxaca, representa una primera piedra en la reconstrucción del conocimiento sobre el emprendimiento en México. Al respecto, la participación activa de más investigadores abordando el tema, permitirá impulsar y fortalecer la actividad emprendedora, integrando con mayor firmeza en el quehacer profesional, el cambio y el riesgo.

*Dra. Argentina Soto Maciel*  
*Universidad Anáhuac México*

---

# PRESENTACIÓN

El presente libro electrónico aborda un tema de interés de tipo nacional e interinstitucional, debido a que el emprendimiento es un elemento crucial para la generación de empleo y su alta contribución al producto interno bruto de países con economías emergentes como México.

Por esta razón se le debe dar el impulso necesario a esta actividad como una prioridad para los diferentes agentes relacionados con el establecimiento de políticas públicas encaminadas al incremento, mejora del empleo y competitividad económica.

Desde el ámbito de las Instituciones de Educación Superior (IES) de México, se tiene el pleno convencimiento de que esta actividad emprendedora juega un importante papel para el desarrollo en entornos cada día más competitivos. Además, es responsabilidad de estas instituciones formar jóvenes con perfil emprendedor, dotándoles de las competencias y habilidades necesarias para que sean capaces de liderar cualquier tipo de empresa u organización y, sobre todo, encabezar el necesario cambio que nuestra actual economía necesita.

El presente libro y sus capítulos representan una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones encaminadas a potenciar la intención emprendedora en IES mexicanas. Cada capítulo muestra desde el aporte teórico y metodológico hasta el análisis de la intención emprendedora de cada una de las instituciones participantes (Universidad de Quintana Roo, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Universidad Autónoma del Estado de México, Campus Temascaltepec y Atlacomulco, y el Instituto Tecnológico de Chetumal), así como un análisis comparativo entre estas instituciones, incluyendo en este último análisis al Instituto Tecnológico de Oaxaca y a la Universidad Politécnica de Bacalar.

Esto propicia a seguir apostando por la creación de un entorno académico para fomentar un emprendimiento universitario más competitivo, con capacidad de generar empleo de calidad, muy necesario en estos tiempos tan globalizados y tan llenos de incertidumbre por un nuevo cambio de gobierno a nivel federal.

*Dr. José Luis Esparza Aguilar  
Coordinador del Cuerpo Académico  
Estudios Estratégicos, Económicos y Empresariales*

---

# ÍNDICE DE CONTENIDO

## **CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO..... 1**

María de Jesús Pérez Hervert

José Luis Esparza Aguilar

José Luis Zapata Sánchez

## **CAPÍTULO 2. UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO (UNIDAD ACADÉMICA CHETUMAL) ..... 13**

José Luis Esparza Aguilar

María de Jesús Pérez Hervert

José Luis Zapata Sánchez

## **CAPÍTULO 3. UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO DE PUEBLA ..... 31**

Judith Cavazos Arroyo

Olivia Alejandra Paredes Aldama

## **CAPÍTULO 4. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO (CENTRO UNIVERSITARIO TEMASCALTEPEC)..... 53**

Marcela Jaramillo Jaramillo

Patricia García Hernández

Francisco Jaimes Millán

Manuel Antonio Pérez Chávez

## **CAPÍTULO 5. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO (CENTRO UNIVERSITARIO ATLACOMULCO)..... 71**

Zugaide Escamilla Salazar

Jessica Onofre Sánchez

---

Fidencio Ochoa Flores

Carlos Alberto Baltazar Vilchis

**CAPÍTULO 6. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CHETUMAL..... 91**

María Josefina Aguilar Leo

María Guadalupe de los Ángeles Noverola Muñóz

**CAPÍTULO 7. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES  
..... 110**

José Luis Zapata Sánchez

José Luis Esparza Aguilar

María de Jesús Pérez Hervert

Naiber José Bardales Roura

# **CAPÍTULO 1**

## **MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO**

María de Jesús Pérez Hervert<sup>1</sup>  
José Luis Esparza Aguilar<sup>2</sup>  
José Luis Zapata Sánchez<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Profesora-Investigadora, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: hervert@uqroo.edu.mx.

<sup>2</sup> Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: jlesparza@uqroo.edu.mx.

<sup>3</sup> Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: jzapata@uqroo.edu.mx.

## **1.1. Introducción**

Hoy en día existe un interés muy especial por el estudio del emprendimiento, como un medio para corregir las fallas presentadas en el mercado de trabajo, determinadas por la limitada oferta y la elevada demanda del mismo. La tasa de desempleo en los últimos años se ha incrementado en México (INEGI, 2016), así es que en el año 2000 esta era de 2.5 % y 10 años después, en el 2010 aumento alrededor de 5.6 %, para ubicarse finalmente en el 2015 en 4.4 %. Si bien es cierto que ésta disminuyó un poco en estos últimos años, no fue así en la población económicamente activa, ya que en el 2000 ésta era de 43 298 646, en el 2010 la población aumento a 46 292 056 y en el 2015 esta cifra se elevó a 53.8 millones de personas en edad de trabajar, por lo que el emprendimiento podría ser una opción para insertar a esa población en el mercado laboral.

Actualmente como país y como sociedad, nos encontramos en diversos entornos y contextos de desarrollo, los cuales nos demandan mejores condiciones de vida, tanto en los aspectos sociales como en los económicos, con base en ello surge el emprendimiento, abordándolo como una opción de desarrollo en distintos aspectos, haciendo hincapié en el desarrollo de los sistemas educativos así como en los productivos, de los cuales se pueda dotar de herramientas y conocimiento a las personas que cuenten con ideas innovadoras y proyectos, todo con el objetivo de que puedan ser capaces de implementar diversos procesos, con diversas herramientas, tanto de procedimiento como instrumentales, para fomentar el desarrollo, una mejora que pueda estar presente a nivel nacional, local y por qué no internacional, estando dentro de diferentes campos (Duarte y Ruiz, 2009).

El economista “Joseph Schumpeter” (1947), a quien se debe la incorporación del término emprender a la economía, se referiría a la capacidad para renovar la empresa y mencionaba que la innovación es la razón de ser del emprendedor, que ésta es una de las características de ser emprendedor, innovar los bienes para poder diferenciarse de la competencia. Sin duda alguna, cuando se hace referencia al emprendimiento se hace alusión a la creación de empresas, elaboración de nuevos productos, o innovación de los mismos.

## **1.2. Emprendimiento**

La actividad del emprendimiento como mencionan Ackerman y Cervilla (2007, citado en Belalcázar, 2015) es un acto humano creativo que representa una serie de características las cuales involucran a un individuo con cierta creatividad, de tal forma que es capaz de conducir, transformar y crear cierto beneficio con valor individual, pero también social.

El emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Ley 1014 de 2006, art. 1º) (Congreso de Colombia, 2006, p.315).

Con el objetivo de entender y analizar el concepto de emprendimiento, Lezana y Tonelli (1998, citado en Duarte y Ruiz, 2009) señalan que los emprendedores son personas, grupos o individuos que persiguen y buscan un beneficio, logro que se busca trabajando individual o colectivamente. Dentro de estas iniciativas, se pueden abarcar aspectos de innovación, identificación y creación de oportunidades con las que se busca obtener los mejores resultados y beneficios de la idea a implantar, esto, sin importar el espacio incierto en el que dicho proyecto se lleve a cabo.

Asimismo, la revista ciencia UAT (2006) menciona que en la era del conocimiento ser emprendedor implica desarrollar habilidades especiales como ser creativo, innovador, ser eficiente, entre otros, ésta define al emprendedor, como el personaje o individuo que es capaz de realizar un proyecto, que es rechazado por la mayoría, que no ha rendido los frutos esperados, aunque haya tenido un especial esfuerzo y trabajo para efectuarlo, pero que pese a todo ello lucha contra las adversidades de los diferentes contextos, implantando diferentes estrategias para cristalizar su proyecto.

La Universidad Nacional Autónoma de México define al emprendedor como “a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha o es una persona que emprende un proyecto por su propia iniciativa, teniendo amplio conocimiento del mismo” (UNAM, 2009, p.36). De esta forma, cuando una persona decide hacer su propio negocio, se le denomina microemprendimiento.

La Secretaría de Economía define a los emprendedores como “Las mujeres y los hombres con inquietudes empresariales, en proceso de crear, desarrollar o consolidar una micro, pequeña o mediana empresa a partir de una idea emprendedora” (DOF, 2013), esto es la creación de una

empresa a partir de una idea de negocio y que en la mayoría de los casos se cuenta con poca experiencia empresarial, tecnología y financiamiento para realizarla.

El emprendimiento ha tenido diferentes etapas y representantes, pero en cada sociedad evoluciona de una forma diferente y de igual forma tienen una aplicación diferente, lo que hace pertinente llevar a cabo un análisis desde diferentes contextos; tales como el nivel internacional, el nacional, y local.

De acuerdo con un estudio realizado y enfocado a emprendedores, desde la perspectiva y aplicación de diversos programas y políticas de apoyo al emprendimiento en Chile, Brasil y Argentina, se analizaron cuales con los factores que inciden y difieren en la capacidad de emprendimiento de estos países, analizado desde diferentes perspectivas.

Si algo queda claro con las ideas de los autores Kantis, Gonzalo y Alvares (2014) es que se debe gestar un ecosistema de apoyo hacia los emprendedores, orientados al crecimiento y a un mayor apoyo institucional, por ejemplo, en Brasil y Chile los proyectos de emprendedores reciben un mayor apoyo institucional (80 %), en comparación con Argentina (65 %); en estos países, las instituciones juegan un papel importante en apoyar la realización exitosa de los proyectos de emprendedores, de manera que implementan incubadoras del emprendimiento enfocadas a estimular a los emprendedores en la formación de nuevas empresas, mismas que dotan con ciertos instrumentos y metodologías para llevar a cabo una idea o un proyecto.

Así mismo, al analizar las características de otros países con respecto al emprendimiento, se puede constatar que a través del tiempo se ha obtenido un gran desarrollo entorno a la innovación, así como de satisfacción de necesidades, y que cada vez son más elevadas las demandas que se presentan en el entorno social, tales como los casos de Estados Unidos, Europa y España.

Priede, López y Rodríguez (2014) señalan que en Estados Unidos, se han creado diversas formas de regular las demandas del emprendimiento por parte de los ciudadanos, esto a través de un marco normativo y jurídico, las denominadas *Benefit Corporation* (Empresas benéficas); se ha visto como una fórmula novedosa que integra flexibilidad y complementariedad a la demanda no solo de los emprendedores, sino también, a la del sector empresarial. Estas empresas establecen un margen de diferenciación entre lo que es el mercado, así como un gran respaldo en los aspectos legales hacia los emprendedores, lo cual intensifica las posibilidades de financiamiento.

En Europa y específicamente en Italia (1994) se desarrolló el término de empresa social con la creación de las *Coperative Sociali* (Cooperativas Sociales) y en Bélgica (1997) las *Société a Finalité Sociale* (sociedades de finalidad social) con el fin de procurar el interés en general de la sociedad, la promoción de los individuos, así como, la inserción social de los ciudadanos y en el Reino Unido (2012) se creó el *Social Enterprise Unit* (SEU) para financiar la actividad emprendedora.

En el contexto latinoamericano, se realizó un estudio en diferentes universidades de Barranquilla, Colombia, en donde se describe, cómo la universidad se hace partícipe en el desarrollo universitario a través de la potencialización de diversas habilidades, así como actividades que coadyuven a la creación e incentivación de universitarios emprendedores.

Los autores latinoamericanos Durán, Parra y Márceles (2015) mencionan que las instituciones educativas son las encargadas de forjar el capital humano a través de la aplicación de diversas metodologías con el propósito de que puedan crear y desarrollar nuevas empresas.

En Colombia, se decretó la ley 1014 (2006), con la que se creó la Red Nacional para el Emprendimiento, en donde “emprendimiento” es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado, la gestión de un riesgo calculado y su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Otro aspecto importante del análisis del emprendimiento es el contexto nacional, ya que permite conocer las formas, los procesos y los mecanismos en el que el país desarrolla el emprendimiento.

De acuerdo con el estudio realizado por los autores Ramírez, Bernal y Fuentes (2013), señalan que, el emprendimiento va ligado al desarrollo económico, pero que éste dependerá del grado de flexibilidad y dinamismo en el que se desenvuelva el contexto económico de cierto momento, los contextos institucionales, tanto gubernamentales o privados, al mismo tiempo, otro de los factores importantes, son el grado de preparación del capital humano.

Así, tomando en consideración el desarrollo económico, los estados que tienen niveles altos en la aplicación del emprendimiento son: Nuevo León, Baja California, Colima, Aguascalientes, Querétaro, Coahuila, Baja California Sur, Tamaulipas y Sonora; estos estados se ubican en altos niveles de competitividad y de desarrollo, según el índice de competitividad estatal (IC).

Como se puede apreciar, la estructura empresarial juega un papel muy importante para el desarrollo y la innovación de un país. Sin embargo, Sánchez, García y Mendoza (2015) consideran que el crecimiento de una economía va a depender del contexto en el que se pueda abrir paso a diferentes capacidades de innovación, así como que el aprendizaje también dependerá del contexto geográfico en el que se ubiquen las empresas y la forma en que estas reaccionen a la innovación, muestra de ello son los estados de Querétaro, Baja California, Distrito Federal, Sonora, Nuevo León, Puebla, México, Yucatán, entre otros; su desarrollo depende de su espacio geográfico, producción y grado de dinamismo (aglomeración industrial de tecnología media, pequeñas regiones industriales, región metropolitana con estructura productiva diversificada), así como que también dependen del grado de emprendimiento que estos presenten.

Como se mencionó anteriormente, tener una economía en constante desarrollo, también depende del recurso humano, con habilidades y herramientas para trascender dentro de los niveles de la innovación y del emprendimiento, con respecto a ello González, Torres y Tinoco (2017) mencionan que actualmente las universidades, tanto públicas como privadas, juegan un papel importante en la incentivación de la creación de incubadoras de nuevas empresas. Estos mencionan que la OCDE en el 2012 señalan que las universidades mexicanas tienen un bajo desempeño en cuanto a la generación de patentes por lo que habría que analizar los determinantes que inciden en el emprendimiento universitario, ya que las universidades son los espacios encargados de adiestrar a los universitarios hacia el trabajo en equipo, fomentar las cualidades del emprendimiento e innovación.

Así mismo, otros autores Albana, Ibarra y Reyes (2011) señalan que el nuevo modelo de negocios se enfoca en la identificación y exploración de nuevas oportunidades y desarrollo de nuevos negocios en el mercado, centrados en incentivar las ideas creativas e innovadoras y generar idea de valor entre los clientes y usuarios, considerando la oferta de la empresa, desde luego, también se incentiva el aprendizaje experimental con el objetivo de reforzar conocimientos e identificar fortalezas y debilidades, con ello se busca el análisis, la proactividad, con el propósito de que puedan darse nuevas reformulaciones a una idea, proyecto empresarial o idea de negocio.

Desde el inicio de la investigación se enfocó en aspectos generales del emprendimiento, desde una perspectiva de desarrollo a nivel empresarial, gubernamental, pero también educacional, retomando las ideas, innovaciones y propuestas que se manejan en otros países para la

incentivación de la innovación, posteriormente se analizó el caso nacional en que de igual manera se puede observar la forma en la que nuestro país incentiva el emprendimiento, tanto de forma gubernamental y educacional, analizando sus estrategias, metodologías aplicadas para lograr en una medida el logro del emprendimiento dentro de diferentes aspectos.

El análisis del emprendimiento no sería completo si no se revisa desde la perspectiva regional, con el propósito de identificar la forma en que se incentiva el emprendimiento, sus características, los principales sectores a los que se enfoca y de igual manera la forma en la que influye el sector educacional, así como la iniciativa de los gobernantes para incentivar dicha iniciativa.

En Yucatán se realizó una investigación de corte transversal en 57 empresas de software (Flores y Bojórquez, 2018) relacionado con emprendimiento innovador, cuyo objetivo fue evaluar el impacto de la orientación emprendedora y el capital humano emprendedor en el desempeño de las empresas de tecnología en el contexto de una economía con escaso valor agregado, los autores tratan de destacar la importancia de los emprendimientos proactivos y el papel de este tipo de motivación para lograr que negocios innovadores de corte tecnológico como el software, generen buenos resultados en un ecosistema emprendedor poco favorable.

Los autores Boggio y Vecino (2008) realizan un análisis sobre el surgimiento de los empresarios y emprendedores en el estado de Quintana Roo, en específico en Cancún, a partir de factores causales como los fenómenos migratorios, situación demográfica y las condiciones del entorno institucional; considerando la normatividad existente para la apertura y operación de las empresas, se auxilian de la teoría neoinstitucionalista para contrastar los datos estadísticos sobre emprendimientos en la región. Mencionan que Cancún es un ejemplo de una de las nuevas ciudades que creció rápida y progresivamente, aunado a ello, surge la actividad empresarial emprendedora, las nuevas ideas, la competitividad, considerando el entorno institucional normativo en el que estas se mueven, desde la apertura y la forma en que operan los sectores empresariales.

El emprendimiento también es analizado desde la perspectiva del capital social, del valor de los bienes que posee una empresa familiar y que han sido aportados por sus integrantes, para que pueda funcionar y llevar a cabo sus actividades económicas y alcanzar sus objetivos señalados en la empresa, tal es el caso de una investigación realizada en empresas familiares de artesanos en comunidades del municipio de Felipe Carrillo Puerto, estado de Quintana Roo (Vázquez, Aguiar, y Díaz, 2013), que tiene como propósito identificar el capital social de un emprendimiento social

de dichas empresas como estrategia para combatir la pobreza, plantean que el capital social y las redes sociales funcionan como apoyo para compensar su baja competitividad en el mercado.

Una vez que se ha contextualizado el término de emprendedores desde diferentes autores e instituciones, se puede concluir que el término no solo abarca la mano de obra y las ventas, sino que además involucra otros términos como es la forma en que los emprendedores realizan transformaciones en sus procesos de producción y servicios en la empresa, además de la forma en que administran y gestionan los recursos de la empresa, entre otros aspectos.

### **1.3. Metodología de la investigación**

La presente investigación es un estudio de tipo exploratorio para obtener información sobre la existencia de intención emprendedora entre la población estudiantil en estudio. Es descriptivo, con el propósito de determinar las características de la población estudiada, proyectando el perfil del emprendedor de los alumnos universitarios. La investigación es de carácter cuantitativo ya que el análisis de los resultados se basó en datos numéricos y estadísticos. El estudio además fue de corte transversal debido que consideró un periodo de tiempo determinado.

### **1.4. Unidad de análisis**

La unidad de análisis es el perfil del emprendedor y la intención emprendedora del estudiante universitario.

### **1.5. Unidad de observación**

Correspondió a los estudiantes que estudian licenciaturas económico-administrativas de las diferentes IES participantes.

### **1.6. Población**

La población estudiada en esta investigación fueron los usuarios que estudian licenciaturas económico-administrativas de 7 Instituciones de Educación Superior (IES), a los que se les aplicó

una encuesta, misma que se determinó mediante una muestra por conveniencia. La encuesta se aplicó directamente cara a cara y en línea; ésta se realizó de septiembre a diciembre del 2017 en cada una de las IES participantes. Se diseñó y aplicó un cuestionario a un total de 1211 estudiantes, en las siguientes instituciones de educación superior, incluyendo la UQRoo (ver tabla 1.1).

<b>Tabla 1.1 IES</b>	<b>Cuestionarios aplicados</b>
Universidad de Quintana Roo (Unidad Académica Chetumal)	385
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP)	200
Universidad Autónoma del Estado de México (Campus Temascaltepec)	128
Universidad Autónoma del Estado de México (Campus Atlacomulco)	142
Instituto Tecnológico de Chetumal	126
Universidad Politécnica de Bacalar *	100
Instituto Tecnológico de Oaxaca *	130
<b>Total</b>	<b>1,211</b>
* Estas IES exclusivamente se incorporaron en el análisis comparativo y no participaron en la integración de los resultados por capítulo de su institución.	

**Fuente:** elaboración propia.

### 1.7. Características de la población de estudio

Se estableció como características de la población en estudio, a los estudiantes mencionados anteriormente. Se logró acceder al universo de las licenciaturas relacionadas con las áreas de conocimiento de economía, contaduría y administración de manera directa y a través de internet, con el propósito que respondieran el cuestionario.

### 1.8. Fuentes de información y técnica de recolección de datos

La fuente de información empleada fue de carácter directo, puesto que se recabó de los propios estudiantes que determinaron el perfil y la intención emprendedora, como se mencionó anteriormente. La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta, empleando la técnica de la entrevista estructurada con preguntas cerradas, la cual fue realizada cara a cara y en línea.

## **1.9. Características del instrumento**

El instrumento que se utilizó para recabar la información se estructuró de la siguiente manera: El cuestionario se organizó en dos grupos, el primer grupo de preguntas está orientado a la identificación de los datos personales del emprendedor, como son, sexo, nacionalidad, estado civil, si ha emprendido alguna empresa, entre otros. El segundo corresponde a la intención de emprender algún negocio por parte de los encuestados, tales como, la intención emprendedora, percepción hacia el emprendimiento, influencia social, habilidades y capacidades de emprendimiento, entre otros aspectos.

El instrumento constó de una batería de 17 preguntas con respuesta de tipo escala de Likert, donde se vierte una calificación del 0 al 5 según su grado de acuerdo con la misma conforme al cumplimiento de los objetivos propuestos. Este instrumento fue validado a través del análisis de fiabilidad de las escalas utilizando el alfa de Cronbach y del análisis factorial.

## **1.10. Procesamiento de la información**

El tratamiento de los datos obtenidos fue realizado mediante la creación de una base de datos con el programa estadístico SPSS, que permitió la integración de las diferentes respuestas de los sujetos a las preguntas planteadas en cada una de las IES.

El método que se utilizó para analizar los datos de este trabajo fue el análisis univariante como el multivariante, ya que se analizó más de una variable, por lo que se determinaron los estadísticos de Pruebas T, Chi Cuadrado y ANOVA.

## **1.11. Referencias**

Aldana, E., Ibarra, M., y Loewenstein, I. (2011). El modelo de negocios como reforzador del emprendimiento en las universidades. Caso del tecnológico de monterrey campus ciudad de México. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19 (26), 185-201.

Belalcázar, A. (2015). Antecedentes y sugerencias para un desarrollo significativo y formativo del emprendimiento en las instituciones educativas. Editorial Unimar, Colombia.

- Boggio, J. y Vecino, F. (2008). Emprendimientos e instituciones: el caso Cancún. *Teoría y Praxis*, (5), 85-97.
- Congreso de Colombia (2006). Ley 1014, De fomento a la cultura del emprendimiento. Congreso de Colombia. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=2331&name=Ley1014de2006.pdf>
- Diario Oficial de la Federación [DOF] (2013). Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2014. DOF: 28/12/2013, Secretaría de Economía, México.
- Duarte, T., y Ruíz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, XV (43), 326-331.
- Durán, S., Parra, M., y Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31 (77), 200-215.
- Flores, A. y Bojórquez A. (2018). Emprendimiento innovador: el caso de los empresarios de software en Yucatán. *Hitos de ciencias económicas administrativas*, 24 (69), 87-102.
- Galván, O. y Melgoza, R. (2017). Aprendizaje procedimental en empresarios. Caso Ciudad Juárez, Chihuahua, y Cozumel, Quintana Roo. *Teoría y Praxis*, (22), 63-84.
- González, R., Torres, V., y Tinoco, M. (2017). Análisis empírico de los determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios. El caso de la Universidad de Colima en México. *Economía y Sociedad*, XXI (36), 43-59.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística [INEGI] (2016). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), INEGI, México.
- Kantis, H., Gonzalo, M., y Álvarez, P. (2014). ¿Emprendedores “ambiciosos” en Argentina, Chile y Brasil?: el Papel del Aprendizaje y del Ecosistema en la Creación de Nuevas Empresas Dinámicas. *Pymes, Innovación y Desarrollo*, 2(1).
- Nueno, P. (2011). Iniciativa emprendedora y empresa familiar: emprendiendo a través de las generaciones. *Universia Business Review*, (32), 96-101.

- Priede, T., López-Cózar, C. y Rodríguez, A. (2014). Análisis del marco económico jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países. *revista de economía pública, social y cooperativa*, (80), pp. 5-28.
- Ramírez, M., Bernal, M., y Fuentes, R. (2013). Emprendimiento y desarrollo manufactureros en las entidades federativas de México. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 44 (174), 167-195.
- Sánchez, Y., García, F., y Mendoza, J. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *Estudios Gerenciales*, 31 (136), 243-252.
- UAT (2006). *Emprendiendo en la era del conocimiento*. *CienciaUAT*, 1(2), 20-22. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441942906009>>.
- Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM] (2009). *Evaluación de impacto 2009, Fondo de Microfinanciamiento a Mujeres Rurales (FOMMUR)*, Reporte final.
- Vázquez, G., Aguiar, P. y Díaz, L. (septiembre de 2013). *Emprendimiento Social. Un análisis del capital social en empresas familiares de artesanos de comunidades de Quintana Roo*. En R. García (Presidencia), *VIII Congreso Internacional Red de Investigadores en Gobiernos Locales Mexicanos, A.C.* Congreso llevado a cabo en Jalisco, México.

## **CAPÍTULO 2**

# **UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO (UNIDAD ACADÉMICA CHETUMAL)**

José Luis Esparza Aguilar<sup>4</sup>  
María de Jesús Pérez Hervert<sup>5</sup>  
José Luis Zapata Sánchez<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: jlesparza@uqroo.edu.mx.

<sup>5</sup> Profesora-Investigadora, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: hervert@uqroo.edu.mx.

<sup>6</sup> Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: jzapata@uqroo.edu.mx.

## **2.1. Introducción**

Las Instituciones de Educación Superior en México constituyen un espacio importante para la formación de jóvenes emprendedores, especialmente en momentos coyunturales como el que actualmente se vive en el país, en el que la creación de nuevos negocios o empresas se percibe como una alternativa estratégica para el desarrollo de la región y el país.

El objetivo del presente capítulo se basa en analizar los factores psicológicos que influyen en la intención de creación de una empresa por parte de los estudiantes del área económico-administrativa de la Universidad de Quintana Roo, unidad académica Chetumal. Asimismo, este capítulo se enmarca en la Teoría de Comportamiento Planificado (Schifter y Ajzen, 1985; Ajzen, 2005), en la cual se examinan tres variables psicológicas que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes:

- 1) las creencias específicas, tanto positivas como negativas, asociadas a la creación de una empresa o negocio propio,
- 2) la influencia o presión social en la decisión de emprendimiento, ejercida tanto por personas relacionadas como por la sociedad en general, y
- 3) las capacidades de gestión de los sujetos, que condicionan su capacidad y eficacia para llevar a cabo con éxito su proyecto emprendedor.

Con base en lo anterior se plantea la pregunta de investigación: ¿cuáles son las creencias tanto positivas y negativas, la influencia social y las capacidades de gestión de los estudiantes universitarios que tienen un efecto en la intención de emprender nuevos negocios?

Para llevar a cabo el análisis de este capítulo, se ha utilizado una muestra aleatoria de 385 estudiantes de diferentes semestres de las licenciaturas en economía y finanzas y sistemas comerciales de esta universidad, a los que se les aplicó un cuestionario estructurado cara a cara. Para el análisis de los resultados se utilizaron técnicas estadísticas univariantes y bivariantes.

Este capítulo se ha organizado de la siguiente manera: primero se presenta el marco contextual donde se desenvuelve la institución objeto del presente capítulo, posteriormente se aborda una revisión de la literatura previa relacionada con el tema en cuestión, enseguida se presenta el análisis de los resultados obtenidos y finalmente, se presentan las conclusiones generales del estudio realizado.

## **2.2. Marco contextual de la institución<sup>7</sup>**

La Universidad de Quintana Roo es el centro académico en su tipo más joven del país (27 años). Su creación responde a un viejo anhelo de los quintanarroenses de contar con un centro de educación superior para formar profesionales en las áreas sociales, las humanidades, las ciencias básicas y las áreas tecnológicas de mayor demanda y consumo en esta época de alta competitividad.

Su creación hizo acopio de las invaluable experiencias acumuladas en los últimos setenta años de la educación superior y se incorporaron innovadores conceptos con objeto de convertirla en una universidad de excelencia en México y la Cuenca del Caribe. De conformidad con lo establecido en el Artículo 3 de su Ley Orgánica, la Universidad de Quintana Roo tiene los siguientes fines:

a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere el estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos; encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.

b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.

c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento y desarrollo.

d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país de naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos

---

<sup>7</sup> Para efectos de derechos de autor, toda esta información se ha obtenido textualmente de la web de identidad universitaria: <http://www.uqroo.mx/nuestra-universidad/identidad-universitaria/> y del Sistema de Gestión de la Calidad: <http://sigc.uqroo.mx/>.

sociales. Con un sistema financiero diversificado que no sólo estimula la generación de ingreso propio, sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

Con una misión social enfocada a atender las demandas de Quintana Roo y del sureste mexicano. Con proyección hacia Centroamérica y el Caribe. Evaluación permanente en búsqueda de una superación institucional y de mayor respuesta social. Con un proyecto educativo innovador basado en la formación integral del estudiante y en el logro académico individual. La misión de la universidad es formar profesionistas sólidamente preparados, comprometidos con el progreso del ser humano, fuertemente vinculado con la sociedad, capaz de contribuir al fortalecimiento de la cultura y al desarrollo social y económico de Quintana Roo y México. Las unidades académicas de Chetumal y Cozumel se ubican en un entorno de enorme riqueza arqueológica, histórica y natural.

El diseño arquitectónico de los edificios universitarios se define por las reminiscencias caribeñas y elementos mayas en su estructura y materiales. La infraestructura de la Universidad de Quintana Roo (UQRoo) incorpora adelantos tecnológicos en áreas sustantivas, como telecomunicaciones basadas en redes de fibra óptica e inalámbricas; edificios inteligentes, generación de energías sustentables, laboratorios y talleres equipados con tecnología de punta, instalaciones deportivas semiolímpicas, entre otras.

El sistema bibliotecario, integrado por dos modernas bibliotecas, pone a disposición de estudiantes, profesores e investigadores de la región un acervo bibliográfico actualizado, y servicios cuya calidad ha sido certificada por organismos internacionales.

La vida académica universitaria se desarrolla en un ambiente de apertura y libertad de cátedra, cuyo propósito es diversificar y mejorar ambientes y procesos de aprendizaje, aprovechando para ello las aportaciones de las ciencias auxiliares de la educación y de las tecnologías de la comunicación y la información. Un amplio esquema de becas estimula la excelencia en los estudiantes. Actualmente, más del 25 % de nuestros alumnos se benefician de algún tipo de apoyo económico.

Atendemos la diversidad étnica de la población universitaria a través de la Unidad de Apoyo a Estudiantes Indígenas, en la que un grupo de académicos especializados diseña y aplica herramientas educativas que faciliten su integración al sistema de enseñanza aprendizaje de la Universidad.

Mediante convenios vigentes de intercambio académico, estudiantes de la UQRoo realizan estudios en diversas universidades de México, América del Norte y Europa, y recibimos constantemente estudiantes extranjeros en nuestras aulas.

La calidad de la planta académica de la Universidad cumple satisfactoriamente los criterios oficiales a nivel nacional, por ello la UQRoo ha merecido reconocimientos nacionales que la ubican como una Universidad de excelencia.

En la planta académica, 87.6 % de profesores de tiempo completo e investigadores de carrera poseen estudios de posgrado (maestría y doctorado); 15.7 % de ellos pertenece al Sistema Nacional de Investigadores, y 66 % tiene el perfil PRODEP reconocido por la Secretaría de Educación Pública (Dirección de Investigación y Posgrado, fecha de actualización 05/10/09). Por su pertinencia, la investigación científica que desarrollan especialistas y estudiantes recibe financiamiento tanto de entidades públicas como privadas, nacionales y extranjeras.

Su modelo educativo implementado se basa en lo siguiente:

- Enfoque centrado en el autoaprendizaje
- Formación integral del estudiante
- Equilibrio entre formación general y especialización
- El profesor se concibe como facilitador del aprendizaje
- Currículum flexible y actualizado
- Formación multidisciplinaria y polivalente
- Innovación educativa

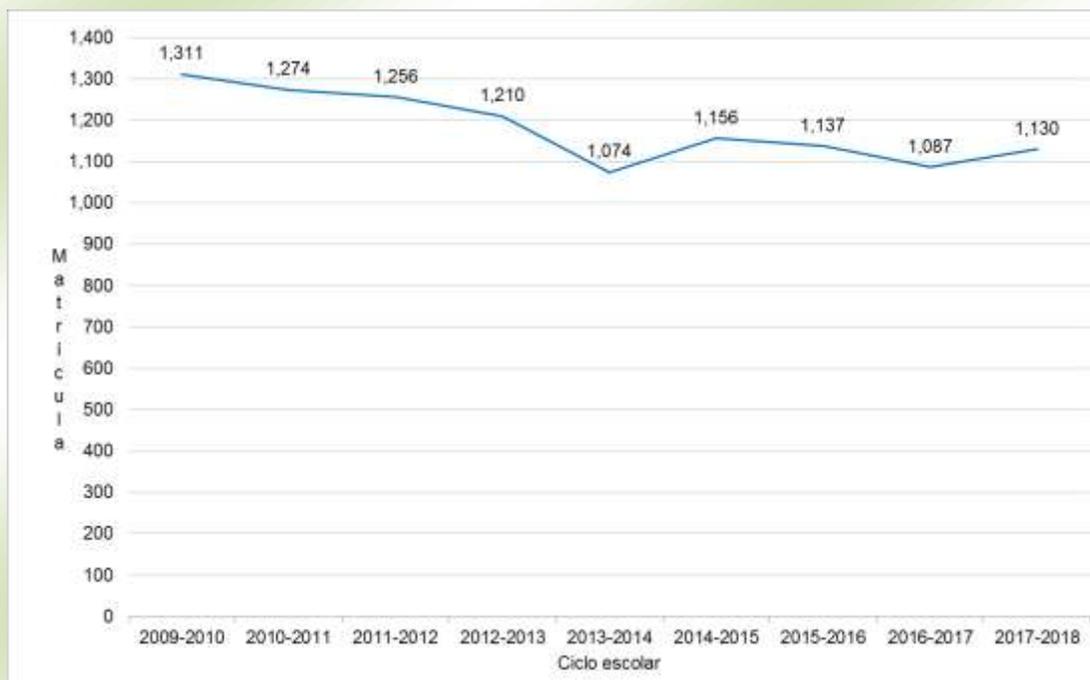
La División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas (DCSEA) cuenta con los siguientes programas educativos (ver cuadro 2.1):

<b>Cuadro 2.1</b>
<b>Programas educativos de la DCSEA</b>
Profesional Asociado en Seguridad Pública
Profesional Asociado en Turismo Alternativo
Antropología Social
Derecho
Economía y Finanzas
Seguridad Pública
Sistemas Comerciales
Turismo
Gestión del Turismo Alternativo
Maestría en Antropología Aplicada
Maestría en Derecho
Maestría en Economía del Sector Público
Maestría en Economía y Administración Pública
Maestría en Marketing
Maestría en Gestión y Desarrollo Empresarial
Maestría en Acceso a la Justicia de los Derechos Humanos
Doctorado en Estudios Culturales y Sociales de Mesoamérica y del Caribe

Fuente: UQRoo (s.f.b).

La matrícula de esta división (gráfica 2.1) durante los ciclos escolares de 2009 a 2018 es como se muestra en la gráfica siguiente.

**Gráfica 2.1** Evolución de la matrícula inscrita en la DCSEA.



Fuente: UQRoo (s.f.b).

### **2.3. Revisión de la literatura**

Es importante mencionar que en el ámbito académico y de investigación existen varios trabajos relacionados con el emprendimiento (Krueger y Brazeal, 1994; Liñán y Chen, 2009), sin embargo, algunos han enfatizado en investigar los diferentes factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes (Veciana, 1999; Guerrero y Urbano, 2007; Espíritu y Sastre, 2007; Rodríguez y Santos, 2008; Rueda, Fernández y Herrero, 2012). Los resultados obtenidos por estos autores no han sido nada concluyentes, por lo que resulta muy interesante realizar este trabajo en instituciones de educación superior de un país con economía emergente.

Por lo anterior y en el marco de la Teoría de Comportamiento Planificado (Schifter y Ajzen, 1985; Ajzen, 2005), que ha sido utilizada por diversos autores sobre el tema de emprendimiento (Liñán, 2004; Kolvereid e Isaksen, 2006, Wu y Wu, 2008; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Fernández y Herrero, 2012), establece tres variables fundamentales de estudio: 1) las creencias específicas, tanto positivas como negativas, asociadas a la creación de una empresa o negocio propio, 2) la influencia o presión social en la decisión de emprendimiento, ejercida tanto por personas relacionadas como por la sociedad en general, y 3) las capacidades de gestión de los sujetos, que condicionan su capacidad y eficacia para llevar a cabo con éxito su proyecto emprendedor.

De acuerdo con el modelo expectativa-valor de Fishbein y Ajzen (1973), se considera que la actitud es resultado de las creencias de los sujetos respecto al comportamiento y sus consecuencias, y a su vez de la importancia que se otorgue a dichas creencias. En este tenor, los modelos de comportamiento emprendedor basados en la secuencia creencias-actitudes-intenciones (Liñán y Chen, 2009; Campos y Azanza, 2011), proponen que la intención emprendedora está determinada por las actitudes generales hacia el emprendimiento y por las creencias o percepciones respecto a dicho comportamiento. En este sentido, las creencias positivas respecto al emprendimiento tienen un efecto positivo en la intención de crear un negocio propio, mientras que las creencias negativas actúan como una barrera al comportamiento (Kouriloff, 2000; Krueger, 2000; Moriano et al., 2001; Cano et al., 2004; Leiva, 2004; Liñán y Rodríguez, 2005; Urbano, 2006; Fuentes y Sánchez, 2010).

Por otro lado, la norma subjetiva refleja el efecto que ejerce en el individuo la opinión que otras personas como la familia, amigos, colegas de trabajo, entre otros, tengan sobre su forma de comportarse (Warner y DeFleur, 1969; Fishbein y Ajzen, 1973; Schofield, 1974). Esta norma se deriva de dos factores subyacentes básicos: las creencias normativas que el individuo atribuye a

los sujetos de referencia y la motivación para comportarse de acuerdo con los deseos de dichas personas. La evidencia empírica obtenida en el ámbito del emprendimiento ha confirmado una influencia positiva de la norma subjetiva en la intención de crear una empresa propia (Benavides y Sánchez, 2004; Campos y Azanza, 2011).

Por último, el control que es percibido en el comportamiento representa las percepciones del individuo respecto de la presencia o ausencia de los recursos y oportunidades necesarios para desarrollar la conducta (Ajzen y Madden, 1986). Estos factores son muy relevantes en el contexto del emprendimiento universitario, debido a que se trata de una etapa fundamental para el desarrollo de las capacidades y habilidades de los estudiantes. Por esta razón, existe una creciente preocupación en los ámbitos social, político y universitario por identificar y potenciar las capacidades necesarias en cada uno de los estudiantes para impulsar la creación de nuevos negocios o empresas (Rueda, Fernández y Herrero, 2012).

#### 2.4. Análisis de los resultados

Para analizar los resultados del presente capítulo, se utilizaron tablas cruzadas o de contingencia con base en la prueba Chi-Cuadrado de *Pearson*, a fin de evaluar si algunas variables de estudio están relacionadas o no. Asimismo, se consideró pertinente aplicar un análisis de la varianza (ANOVA) de un factor, de tal manera que se presente al lector la información clara y sencilla sobre los resultados de la intención emprendedora en los estudiantes de la Universidad de Quintana Roo. En las tablas 2.1 a la 2.14 se muestran los resultados obtenidos para cada una de las variables consideradas de este estudio.

La tabla 2.1 muestra que la mayoría de los estudiantes de la licenciatura en sistemas comerciales son mujeres y en la de economía y finanzas son hombres. Esto puede explicarse por la gran participación que han tenido las mujeres en el área de nuevos negocios.

<b>Tabla 2.1</b>			
<b>Programa educativo con respecto al sexo del estudiante</b>			
<b>Variab</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Sig.</b>
Licenciatura en Sistemas Comerciales	28.1 %	49.9 %	***
Licenciatura en Economía y Finanzas	13.2 %	8.8 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

Respecto al programa educativo y la nacionalidad de los estudiantes, se puede observar en la tabla 2.2 que la mayoría de los estudiantes en ambas carreras son de nacionalidad mexicana. El porcentaje menor es la extranjera y esto es debido a la movilidad internacional que tiene la institución y su importante cercanía con el país de Belice.

<b>Tabla 2.2</b>			
<b>Programa educativo con respecto a la nacionalidad del estudiante</b>			
<b>Variables</b>	<b>Mexicana</b>	<b>Extranjera</b>	<b>Sig.</b>
Licenciatura en Sistemas Comerciales	73.8 %	4.2 %	*
Licenciatura en Economía y Finanzas	19.7 %	2.3 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 2.3 se puede observar que la mayoría de los estudiantes de ambos programas educativos provienen de la principal ciudad donde se encuentra asentada la unidad académica de Chetumal, siguiéndole los que provienen de comunidades del estado, principalmente del sur de Quintana Roo.

<b>Tabla 2.3</b>				
<b>Programa educativo con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida el estudiante</b>				
<b>Variables</b>	<b>Gran ciudad</b>	<b>Pequeña ciudad</b>	<b>Pueblo o comunidad</b>	<b>Sig.</b>
Licenciatura en Sistemas Comerciales	6.5 %	59.7 %	11.7 %	***
Licenciatura en Economía y Finanzas	5.2 %	11.2 %	5.7 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

En cuanto al semestre que cursan actualmente los estudiantes, se observa en la tabla 2.4 que la mayoría se encuentra a la mitad de la carrera, lo que le da mayor importancia a la intención emprendedora pues ya tienen avanzado sus estudios por el hecho de haber cursado diversas asignaturas que les servirán para su desarrollo profesional.

<b>Tabla 2.4</b>				
<b>Situación en la que se encuentra actualmente cursando el estudiante de acuerdo con el programa educativo</b>				
<b>Variables</b>	<b>Reciente ingreso</b>	<b>A mitad de carrera</b>	<b>Próximo a egresar</b>	<b>Sig.</b>
Licenciatura en Sistemas Comerciales	26.0 %	37.9 %	14.0 %	***
Licenciatura en Economía y Finanzas	0.5 %	11.9 %	9.6 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 2.5 muestra lo importante que es el entorno que rodea al estudiante para su intención de emprender nuevos negocios. La mayoría tienen familiares que han emprendido negocios, sin embargo, también un porcentaje considerable mencionan que no tienen amistades emprendedoras ni han sido propietarios de algún negocio.

<b>Tabla 2.5</b>			
<b>Entorno emprendedor del estudiante según el programa educativo que cursa</b>			
<b>Variables</b>	<b>Lic. en Sistemas Comerciales</b>	<b>Lic. en Economía y Finanzas</b>	<b>Sig.</b>
¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio? No	60.7 %	71.8 %	**
¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio? Si	39.3 %	28.2 %	
¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio? No	65.7 %	78.8 %	**
¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio? Si	34.3 %	21.2 %	
¿Ha sido o es propietario de algún negocio? No	94.3 %	91.8 %	NS
¿Ha sido o es propietario de algún negocio? Si	5.7 %	8.2 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La intención emprendedora se muestra en la tabla 2.6 por cada programa educativo. Se puede observar que la mayoría, en ambas carreras, respondieron que tienen vagamente, seriamente y el firme propósito de crear nuevas empresas. Estos resultados no fueron estadísticamente significativos.

<b>Tabla 2.6</b>			
<b>Intención emprendedora del estudiante según el programa educativo que cursa</b>			
<b>Variables</b>	<b>Lic. en Sistemas Comerciales</b>	<b>Lic. en Economía y Finanzas</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	4.2 %	0.3 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	2.9 %	0.3 %	
Sí, vagamente	23.6 %	5.5 %	
Sí, seriamente	25.7 %	9.4 %	
Sí, firme propósito	21.6 %	6.8 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

En cuanto al estado civil y su intención emprendedora, se observa en la tabla 2.7 que los estudiantes casados respondieron que en su mayoría tienen el vago, serio y firme propósito de crear nuevas empresas.

<b>Tabla 2.7</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante según su estado civil</b>				
<b>Variables</b>	<b>Soltero</b>	<b>Casado</b>	<b>Unión libre</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	0.5 %	3.9 %	0.5 %	**
No, pero integrar a empresa familiar	2.6 %	0.5 %	2.6 %	
Sí, vagamente	11.4 %	17.7 %	11.4 %	
Sí, seriamente	15.6 %	19.5 %	15.6 %	
Sí, firme propósito	11.2 %	17.1 %	11.2 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 2.8 se presentan los resultados de la intención emprendedora según su promedio de estudio. Con un promedio mayor a 8.0, los estudiantes en un 18.7 % respondieron que vagamente tienen intención de emprender, mientras que el 22.1 % respondieron que seriamente y con firme propósito (20.0 %) tienen intención para emprender nuevos negocios. Estos resultados no fueron estadísticamente significativos.

<b>Tabla 2.8</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante según su promedio de estudio</b>				
<b>Variables</b>	<b>Hasta 7.0</b>	<b>Entre 7.1 y 8.0</b>	<b>Mayor a 8.0</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca		0.5 %	3.9 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	0.5 %	0.3 %	2.3 %	
Sí, vagamente	1.3 %	9.1 %	18.7 %	
Sí, seriamente	2.9 %	10.1 %	22.1 %	
Sí, firme propósito	2.1 %	6.2 %	20.0 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 2.9 muestra la intención de emprender según el sexo del estudiante. Nuevamente sobresale que las mujeres tanto vagamente, seriamente como con firme propósito son las que tienen mayor intención de emprender nuevas empresas.

<b>Tabla 2.9</b>			
<b>Intención emprendedora del estudiante según su sexo</b>			
<b>Variables</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	0.5 %	3.9 %	***
No, pero integrar a empresa familiar	2.6 %	0.5 %	
Sí, vagamente	11.4 %	17.7 %	
Sí, seriamente	15.6 %	19.5 %	
Sí, firme propósito	11.2 %	17.1 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La siguiente tabla (2.10) muestra la intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida. Se observa que los estudiantes que tienen una mayor intención de emprender nuevos negocios son los que provienen de una pequeña ciudad como lo es Chetumal. La mayoría de los que respondieron que seriamente tienen intención de emprender representan el 26.0 % del total.

<b>Tabla 2.10</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida</b>				
<b>Variables</b>	<b>Gran ciudad</b>	<b>Pequeña ciudad</b>	<b>Pueblo o comunidad</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca		3.9 %	0.5 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar		2.9 %	0.3 %	
Sí, vagamente	4.9 %	18.7 %	5.5 %	
Sí, seriamente	3.1 %	26.0 %	6.0 %	
Sí, firme propósito	3.6 %	19.5 %	5.2 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 2.11 muestra claramente que los estudiantes que se preparan académicamente para ser empresarios tienen seriamente (19.5 %) y firme propósito (16.6 %) la intención de emprender nuevos negocios.

Tabla 2.11						
Intención emprendedora del estudiante según para lo que se prepara académicamente						
VARIABLES	1	2	3	4	5	Sig.
Ser profesor	1.6 %	0.8 %	3.9 %	2.6 %	3.1 %	***
Ser empleado (empresa privada)	0.5 %	1.0 %	5.7 %	3.4 %	1.3 %	
Ser burócrata (dependencia gubernamental)	1.3 %		6.5 %	2.6 %	1.8 %	
Ser director de una empresa	0.3 %	0.5 %	3.4 %	4.7 %	4.4 %	
Ser empresario (emprender un negocio)	0.8 %	0.8 %	7.0 %	19.5 %	16.6 %	
Otro			2.6 %	2.3 %	1.0 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar; 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

Fuente: elaboración propia.

La tabla 2.12 presenta la situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las creencias positivas y negativas. Todas las creencias positivas tienen un efecto significativo en la intención emprendedora. Como se observa, la intención emprendedora seriamente y firme propósito son las de un mayor nivel de acuerdo entre los estudiantes. Las creencias negativas no arrojaron datos significativos.

Tabla 2.12						
Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las creencias positivas y negativas <sup>a</sup>						
VARIABLES	1	2	3	4	5	Sig.
Recompensas económicas	3.53	3.42	3.59	4.16	4.42	***
Independencia/autonomía	4.00	3.50	3.89	4.29	4.54	***
Recompensas personales	3.59	3.83	3.82	4.24	4.47	***
Seguridad familiar y personal	3.88	3.92	3.96	4.23	4.54	***
Invertir y conseguir un patrimonio personal	3.76	4.08	3.99	4.24	4.53	***
Riesgo económico	3.18	3.17	3.18	3.33	3.42	NS
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	3.53	3.25	3.29	3.23	3.16	NS
Temor a fracasar y quedar en ridículo	3.59	3.00	2.92	2.91	2.72	NS
Reparos financieros (falta de capital inicial)	3.00	3.42	3.14	3.29	3.20	NS
Cargas fiscales	3.18	3.08	3.00	3.02	3.16	NS
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.	3.06	2.92	3.16	3.04	3.21	NS

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar; 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

Fuente: elaboración propia.

La situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según la influencia social se muestra en la tabla 2.13. Los primeros cuatro factores sociales son los que arrojaron resultados significativos y sobresale tanto seriamente como firme propósito la intención de emprender nuevos negocios y el nivel de acuerdo de los estudiantes en estos factores.

<b>Tabla 2.13</b>						
<b>Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según la influencia social<sup>a</sup></b>						
<b>Variables</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Sig.</b>
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	2.53	3.00	3.23	3.62	3.59	***
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	2.82	3.08	3.22	3.47	3.59	***
Compañeros valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	2.88	2.92	3.31	3.44	3.56	**
Cultura de mi país es muy favorable hacia actividad emprendedora	2.53	3.17	2.97	3.18	3.34	**
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	3.00	3.42	3.27	3.35	3.06	NS
En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor	3.29	2.83	3.05	3.13	3.03	NS
En mi país, se considera que la actividad emprendedora merece la pena, a pesar de los riesgos	3.24	3.17	3.19	3.50	3.36	NS
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.	3.00	3.75	3.16	3.21	3.15	NS

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 2.14 se observa la situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento. Se puede observar que la mayoría de las capacidades y habilidades de las estudiantes asociadas arrojaron resultados significativos, lo que puede explicarse como que existe un nivel de acuerdo de los estudiantes con estas capacidades y habilidades y la intención emprendedora.

<b>Tabla 2.14</b>						
<b>Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento<sup>a</sup></b>						
<b>Variables</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Sig.</b>
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	3.88	3.25	3.84	4.12	4.26	***
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	3.59	3.83	3.89	4.05	4.35	***
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	3.47	3.67	3.76	4.00	4.28	***
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	3.71	3.58	3.81	4.00	4.36	***
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	3.65	3.83	3.94	4.04	4.34	***
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	3.53	3.83	3.95	4.20	4.28	**
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	3.65	4.00	4.00	3.99	4.15	NS
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo.	2.82	3.42	3.35	3.31	3.73	**

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

## 2.5. Conclusiones

Los resultados obtenidos en este trabajo muestran que la intención emprendedora entre los estudiantes de la Universidad de Quintana Roo (Unidad Académica Chetumal) se encuentra relacionada con las creencias positivas asociadas a la creación de un negocio propio, con algunos factores de la influencia social percibida en su entorno futuro profesional, y con las habilidades y capacidades del estudiante para crear nuevos negocios.

Estos resultados serán de gran interés para fomentar o impulsar el emprendimiento en las etapas de iniciación y formación previas a la incorporación de los estudiantes al ámbito laboral. Es importante se realicen campañas de concientización sobre las ventajas e inconvenientes de crear nuevos negocios. Asimismo, los resultados de esta investigación plantean la necesidad de replantear políticas públicas para facilitar la creación de nuevas empresas, en especial en lo que se

refiere a trámites y acceso a financiamiento. También, la influencia social en la decisión de crear nuevos negocios implica que se realicen campañas de información para que se mejore la percepción social del emprendimiento. De este modo, es muy importante que se valore socialmente al empresario y al emprendedor como agentes económicos relevantes para el desarrollo de una región.

Dentro de las limitaciones que tienes este trabajo, es que la muestra utilizada fue solo a dos programas educativos de la universidad y específicamente de la DCSEA (Unidad Chetumal). Por tanto, es importante ampliar la muestra a todos los programas educativos de la universidad y de todas sus unidades académicas.

Por último, la investigación desarrollada permite constatar la influencia de la capacitación profesional en la intención de desarrollar una actividad empresarial propia. Por tanto, resulta imprescindible incorporar en los programas educativos asignaturas y contenidos dirigidos a dotar a los estudiantes de habilidades y capacidades de gestión necesarias para poner en práctica sus propios proyectos empresariales. Es decir, se trata de formar a los futuros empresarios de la región o el país no sólo en cómo se debe gestionar una empresa, sino en todos los aspectos vinculados a su puesta en marcha, desde la idea de negocio, la formulación de un plan estratégico, la constitución de la empresa, la financiación de recursos, y la puesta en operación de la empresa.

## **2.6. Referencias**

Ajzen, I. y Madden, T.J. (1986). Prediction of goaldirected behaviour: Attitudes, intentions and perceived behavioural control. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 22, 453-474.

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2da ed.) Berkshire, England: Open University Press.

Benavides, M.M. y Sánchez, I. (2004). *El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados*, en Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., De la Torre, A. y Cerver, E. El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I, cap. 4 (pp. 403-419). Valencia, España: Servei de Publicacions Universitat de Valencia.

Campos, T. y Azanza, G. (2011). *La intención emprendedora en estudiantes universitarios. El caso de la Universidad de Deusto*. Bizkaia, España: BizcaiLab.

- Espíritu, R. y Sastre, M.A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, n. 17, 95-116.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1973). Attribution of responsibility: A theoretical note. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 9, 148-153.
- Fuentes, F. y Sánchez, S.M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- Guerrero, M. y Urbano, D. (2007). Entrepreneurial Universities: The case of Autonomous University of Barcelona. Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona,
- Kolvereid, L. y Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, v. 21, 866-885.
- Kouriloff, M. (2000). Exploring perceptions of a priori barriers to entrepreneurship: a multidisciplinary approach. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Winter, 59-79.
- Krueger, N. (2000). The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 24(3), 5-23.
- Krueger, N.F. y Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 19(3), 91-104.
- Leiva, J.C. (2004). *Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR*, en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I, 323-339. Valencia, España: Servei de Publicacions Universitat de Valencia.
- Liñán, F. y Chen, Y.W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F. (2004). *Educación empresarial y modelo de intenciones. Formación para un empresariado de calidad. Análisis empírico para la provincia de Sevilla*. Tesis doctoral, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Economía Aplicada I, Universidad de Sevilla, España.
- Moriano, J.A., Palací, F.J. y Trejo, E. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16(2), 229-242.

- Rodríguez, M.J. y Santos, F.J. (2008). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. *ICE-Revista de Economía*, v. 841, 117-132.
- Rueda, I., Fernández, A. y Herrero, Á. (2012). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio, *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, Vol. 1 No. 2, julio – diciembre, 9-15.
- Schifter, D.B. y Ajzen, I. (1985). Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 49, 842-851.
- Schofield, J.W. (1974). Effect of norms, public disclosure and need for approval on volunteering behaviour consistent with attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 31, 1126-1133.
- Universidad de Quintana Roo [UQRoo] (Sin fecha.a). Identidad Universitaria. Recuperado de: <http://www.uqroo.mx//nuestra-universidad/identidad-universitaria/>
- Universidad de Quintana Roo [UQRoo] (Sin fecha.b). Sistema de Gestión de la Calidad. Recuperado de: <http://sigc.uqroo.mx/>
- Urbano, D. (2006). *La creación de empresas en Catalunya: Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*. Barcelona, España: CIDEM.
- Veciana, J.M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-33.
- Warner, L.G. y DeFleur, M.L. (1969). Attitude as an interaction concept: Social constraint and social distance as intervening variables between attitudes and action. *American Sociological Review*, v. 34, 153-169.
- Wu, S. y Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.

## **CAPÍTULO 3**

# **UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO DE PUEBLA**

Judith Cavazos Arroyo<sup>8</sup>  
Olivia Alejandra Paredes Aldama<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Profesora-Investigadora, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Centro Interdisciplinario de Posgrados e Investigación. e-mail: [judith.cavazos@upaep.mx](mailto:judith.cavazos@upaep.mx)

<sup>9</sup> Directora Académica Programa Emprendedores UPAEP, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Escuela de Negocios. e-mail: [oliviaalejandra.paredes@upaep.mx](mailto:oliviaalejandra.paredes@upaep.mx)

### **3.1. Introducción**

Los cambios en el mercado laboral, el fomento en la generación de emprendedores y el crecimiento en la diversidad de acuerdos de trabajo no estandarizados vuelven más compleja la formación de estudiantes de las áreas económico-administrativas. En los últimos años la educación superior global ha experimentado cambios transformadores ya que se requiere responder a los retos de la economía basada en el conocimiento (Mok y Yue, 2015). Para lograrlo, las universidades han enfocado más intensamente sus currículums a inculcar una mentalidad y competencias orientadas a emprendimiento, innovación, investigación y cooperación (Ridley, 2016).

México no es la excepción, cada vez más universidades se suman a estas tendencias globales (Castillo, Lira y González, 2014) requiriendo no solamente de más emprendedores, sino que sus esfuerzos sean exitosos y contribuyan significativamente a estimular la economía (Charvel, 2013). No obstante, aún no hay suficiente investigación sobre la intención emprendedora de los estudiantes de educación superior en el país (Millán, Jaramillo, y Chávez, 2017). Así, por un lado, las universidades mexicanas estimulan la intención y formación emprendedora, aunque, por otro lado, los estudiantes se ven influidos por aspectos individuales y sociales que afectarán su decisión emprendedora (Marques, Santos, Galvão, Mascarenhas, y Justino, 2018), al mismo tiempo que se tendrán que decidir entre emplearse o emprender (Burke, Fitzroy, y Nolan, 2008).

Como puede notarse, comprender la intención emprendedora estudiantil en México requiere profundizar en los aspectos individuales, pero también en la complejidad del campo social y económico del país, como pueden ser la comprensión del rol familiar y de la aspiración de la empleabilidad y el emprendimiento. Por ello, este capítulo tiene dos objetivos. El primero consiste en comparar las características de las dimensiones de la intención emprendedora, entre estudiantes de las licenciaturas escolarizadas y abiertas de la Escuela de Negocios de la UPAEP, que desean convertirse en empleados y aquellos que desean ser emprendedores. Mientras que el segundo objetivo es comparar las características de las dimensiones de la intención emprendedora, entre los estudiantes que tienen un miembro de la familia que ha emprendido un negocio y aquellos que no lo tienen.

Este capítulo está organizado de la siguiente manera. Primero se presenta un marco contextual de la institución con el propósito de introducir al lector en el ámbito y las características del entorno universitario en el que se da la formación de los estudiantes participantes en la investigación. Después, se realiza una revisión de la literatura que soporta la intención emprendedora

especialmente ante la influencia del entorno social familiar y frente a la decisión de ser empleado, emprender un negocio o bien, realizar un emprendimiento híbrido. Posteriormente se presenta la sección de análisis de resultados, donde se describen y discuten las características de la muestra participante y los resultados de las pruebas t para muestras independientes para las dimensiones de la intención emprendedora respecto de dos aspectos: a) deseo de ser empleado vs. Emprendedor y b) si se tienen familiares emprendedores vs no contar con familiares emprendedores. Finalmente, se presentan las conclusiones del capítulo.

### **3.2. Marco contextual de la institución**

Según el CONAPO (2015) en el estado de Puebla viven más de 6 millones de habitantes de los cuáles el 52 % corresponden al género femenino y el 48 % al masculino, por lo que ocupa el 5° lugar a nivel nacional por su número de habitantes, la ciudad de Puebla se ha destacado por su oferta universitaria, para el ciclo académico 2017-2018 la SEP contabilizó a 197,597 estudiantes de nivel superior de los cuáles el 47 % acudieron a Instituciones privadas entre las que se encuentra a Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP).

Este capítulo analiza los resultados de la investigación para el caso de la UPAEP, una institución de educación superior, privada que nace en 1973 como un proyecto de la sociedad de Puebla, liderado por un grupo de jóvenes que en su tiempo decidieron emprender buscando la libertad y autonomía universitaria, este emprendimiento se cristalizó en lo que hoy es una institución con un fuerte compromiso con la búsqueda de la verdad y que apuesta por la formación de profesionistas que sean factor de cambio y transformación para lograr la construcción del Bien Común.

UPAEP trabaja con un modelo educativo centrado en la persona, su base es la excelencia académica y permanentemente está vinculado con aspectos sociales. Todos los programas de licenciatura UPAEP, en cualquiera de sus modalidades, cuentan con una línea transversal de formación emprendedora en la que los estudiantes diseñan durante su carrera un proyecto empresarial, social o para la práctica privada de su profesión, en todos los casos tienen la opción de terminar su proceso y consolidar sus proyectos en la incubadora de alto impacto de la universidad que tiene reconocimiento del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) 2017.

De acuerdo al informe del rector en el año 2017, la universidad cuenta con 16,671 estudiantes de los que el 61 % corresponden al nivel licenciatura y el 27 % son estudiantes foráneos. Para ellos se

ofrecen 45 programas en modalidad escolarizada, diez en modalidad abierta y diez en línea, la oferta académica para la modalidad escolarizada se integra en siete decanatos: Ciencias económico administrativas con 9 programas, Ingenierías con 11, Artes y humanidades que comprende 8 facultades, Ciencias sociales que alberga 7 programas, Ciencias de la salud con 5, Ciencias biológicas 4 y Estudios de lengua y cultura con una licenciatura. La modalidad abierta cuenta con 10 programas de los cuales 4 corresponden al área de negocios y la modalidad online tiene 10 programas de licenciatura de los que 3 también corresponden a negocios. UPAEP (2017)

El decanato de Ciencias económico administrativas, también conocido como escuela de negocios, ofrece las licenciaturas en Administración de empresas, Administración Financiera y Bursátil, Comercio y Estrategia Internacional, Contaduría y Alta Dirección. Dirección de Hospitalidad y Turismo, Gastronomía, Inteligencia de Negocios, Logística de Negocios, y Mercadotecnia, de estos programas cuatro están incorporados al padrón de alto rendimiento del EGEL.

La escuela de negocios alberga la dirección del programa Emprendedores, esta es un área de formación transversal que da servicio a todas las licenciaturas, el programa fue diseñado como una opción para el emprendimiento personal, más que como un ejercicio académico en 2013 y rediseñado en 2016, todos los estudiantes de la universidad pueden optar por cursarlo. El programa de formación de emprendedores en UPAEP ofrece de manera curricular una materia introductoria en todos los programas de la escuela de negocios y una segunda y hasta una tercera que los estudiantes eligen según su perfil de emprendimiento: Intra-emprendedores, para quienes prefieren emplearse, empresarial, social o profesional para quienes prefieren desarrollar su modelo de negocio y para aquellos que así lo decidan pueden cursar su segunda materia desde la incubadora de la institución.

Para todos los estudiantes y como parte del programa se organizan actividades complementarias de formación para las que se hacen convocatorias abiertas para estudiantes, colaboradores y egresados con el objetivo de detonar una comunidad de emprendedores para quienes se cuenta con un espacio de vinculación en el que hay áreas de trabajo colaborativo, de trabajo individual, para asesorías, salas de juntas, sala de capacitación y cafetería. Las actividades incluyen testimonios, conferencias inspiradoras, talleres para desarrollo de habilidades y para dominio de herramientas, así como eventos sociales con fines de vinculación y promoción de convocatorias, cabe mencionar que en esta comunidad participan alumnos de todas las modalidades tanto de licenciatura como de

posgrado y todos ellos han tenido acceso a las mismas experiencias significativas para su formación.

### **3.3. Revisión de la literatura**

La intención emprendedora ha sido definida como un estado de la mente en el que la atención de la persona se centra en lograr que se cumpla un objetivo, que en este caso es el desarrollo de un emprendimiento, empresarial o de otro tipo. Este tendrá influencia en las acciones que toma el individuo para lograr su objetivo (Prodan y Drnovsek, 2010, citado por Valencia, Montoya y Montoya, 2016).

La intención a convertirse en emprendedor(a) es cada vez más promovida por las instituciones de educación media superior y las de educación superior porque ésta funciona como un mecanismo que estimula la economía. Se ha encontrado que tanto los factores internos como los externos afectan positiva o negativamente la intención y la acción emprendedora.

Investigaciones previas evidencian que no solamente los procesos de aprendizaje en la universidad pueden influir en la intención emprendedora (Suartha y Suprapti, 2016), sino que, dentro de los aspectos del ambiente social, un entorno familiar propicio puede influir en ella fuertemente, induciendo ciertos comportamientos (Marques et al., 2018). Por ejemplo, se ha encontrado que la ocupación de los padres, así como sus valores y normas pueden influir en las actitudes y comportamientos hacia el emprendimiento (Marques et al., 2018). También, la tradición familiar contribuye a la adquisición de conocimientos y habilidades que estimulan la actividad emprendedora (Altinay y Altinay, 2006). Igualmente, se ha encontrado que miembros de familias emprendedoras juegan un rol clave en la provisión de recursos para que otro miembro inicie un negocio (Sieger y Minola, 2017; Zhang, Wing, y Soh, 2003) y en la toma de riesgos (Marques et al., 2018).

Aunque los antecedentes familiares pueden tener un rol significativo en la intención emprendedora, contar con un ambiente de apoyo y propicio al emprendimiento puede ser determinante; por ello, la educación emprendedora puede jugar un papel clave al emprendimiento (Shamsudin, Al Mamun, Nawi, Nasir, y Zakaria, 2017), se cuente o no con un entorno social favorable. Por otro lado, los estudiantes suelen enfrentarse a la dicotomía de auto-emplearse y convertirse en emprendedores o bien, emplearse a alguien más al convertirse en profesionistas. Se ha encontrado que el autoempleo temprano fomenta la persistencia empresarial, aunque quienes se emplean y viven la experiencia

temprana del desempleo, no incrementan su probabilidad de intención emprendedora (Burke et al., 2008).

Aspectos como las creencias hacia el emprendimiento, la influencia social, así como las habilidades y capacidades individuales pueden diferir entre aquellos que deciden convertirse en empleados o emprendedores. Su comprensión puede ayudar a los consejeros de carrera, directores de carreras universitarias y otros asesores vocacionales a guiar adecuadamente a los estudiantes sobre su formación y decisión respecto su ejercicio profesional (Jaskiewicz, Luchak, Oh, y Chlosta, 2016). Incluso, dado que en años recientes se ha incrementado el “emprendimiento híbrido” -personas que continúan empleándose mientras que combinan o transitan poco a poco al emprendimiento- (Folta, Delmar, y Wennberg, 2010), se vuelve necesario comprender mejor las características y necesidades de los estudiantes universitarios para el desarrollo de estrategias efectivas en su formación profesional. Se ha identificado que los profesionales mejor calificados en áreas de tecnología son quienes comúnmente realizan emprendimiento híbrido en el campo laboral. Sin embargo, se ha encontrado que los emprendedores híbridos no son un grupo homogéneo, ya que algunos continúan por tiempo indefinido como empleados al mismo tiempo que ejecutan un emprendimiento, mientras que otros transitan con el tiempo a su conversión emprendedora a tiempo completo (Solesvik, 2017). Aunque la mayor parte de los estudiantes consideran solamente una elección dicotómica entre convertirse en empleado o emprendedor, con el tiempo algunos o varios de estos futuros profesionistas pueden compartir ambas tareas, por lo que se vuelve relevante identificar si existen diferencias entre sus características hacia el emprendimiento.

### **3.4. Análisis de los resultados**

#### ***Características demográficas de los sujetos de estudio***

Los participantes de la investigación fueron 200 estudiantes inscritos en el semestre de otoño 2017 en licenciaturas de la escolarizadas y abiertas ofertadas por Escuela de Negocios de la institución. El 54 % de los encuestados son mujeres y el 46 % hombres. Además, el 99 % de nacionalidad mexicana, 54.3 % ha vivido la mayor parte de su vida en una ciudad de gran tamaño en el país, el 26.1 % proviene del ámbito rural y el 19.6 % de una ciudad pequeña. El 85.9 % se declaró soltero(a), el 8.6 % casado(a) y el 5.6 % vive en unión libre. También el 35.5 % es el hermano(a) menor en su familia, el 27.5 % el mayor, el 22 % el intermedio y el 15 % se declaró hijo único. La mayor parte de los encuestados (64 %) dijo no trabajar, mientras que el 36 % es alumno de reciente ingreso, el 33.5 % próximo a egresar y el 30.5 % de los participantes se encontraba a la mitad de

la carrera. Finalmente, el 76.8 % tenía un promedio mayor a 8.1, 19.7 % entre 7.1 y 8.0, mientras que el 3.5 % tenía un promedio menor o igual a 7.0. La tabla 3.1 concentra la información demográfica de los participantes en la investigación.

<b>Tabla 3.1</b>								
<b>Características demográficas de los encuestados</b>								
<b>Sexo</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>	<b>Lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>	<b>Estado civil</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>
Hombre	92	46.0	Gran ciudad	108	54.3	Soltero	170	85.9
Mujer	108	54.0	Pequeña ciudad	39	19.6	Casado	17	8.6
N	200	100	Pueblo / ámbito rural / comunidad	52	26.1	Unión libre	11	5.6
			N	199	100.0	Total	198	100.0
<b>Nacionalidad</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>	<b>Lugar que ocupa entre sus hermanos</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>	<b>Trabaja</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>
Mexicana	198	99.0	Soy hijo(a) único(a)	30	15.0	No	128	64
Extranjera	2	1.0	Soy el (la) hermano(a) mayor	55	27.5	Si	72	36
N	200	100	Soy hermano(a) intermedio(a)	44	22.0	Total	200	100
			Soy el (la) hermano(a) menor	71	35.5			
			N	200	100.0			
<b>Situación del alumno</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>	<b>Calificaciones</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>			
Alumno de reciente ingreso	72	36.0	hasta 7.0	7	3.5			
Alumno a mitad de carrera	61	30.5	de 7.1 a 8.0	39	19.7			
Alumno próximo a egresar	67	33.5	más de 8.1	152	76.8			
N	200	100.0	n	198	100.0			

**Fuente:** elaboración propia.

### **Análisis diferencias prueba t para muestras independientes**

#### **I. Influencia en la IE de acuerdo a la preparación académica del estudiante para ser empleado o emprendedor**

Se realizó un análisis a través de una prueba t para dos muestras independientes, a partir de la variable “Se prepara académicamente para ser empleado o emprendedor”. Así, una de las muestras se conformó por 77 estudiantes que sostuvieron que se están preparando para ser empleados y otra, conformada por 123 alumnos, quienes dijeron que se están preparando para emprender un negocio.

El análisis comparativo se realizó respecto a las variables de tres dimensiones de la intención emprendedora: a) percepciones y creencias hacia el emprendimiento, b) influencia social respecto al emprendimiento y, c) habilidades y capacidades asociadas al emprendimiento. A continuación, se presentan los resultados para los dos grupos de acuerdo a cada dimensión.

**a. Percepciones y creencias hacia el emprendimiento.**

En la tabla 3.2 se muestran los descriptivos de ambos grupos y en la tabla 3.3 los resultados de la prueba t para dos muestras independientes. Se encontró que entre los dos grupos existen diferencias significativas en las siguientes percepciones y creencias sobre el emprendimiento: Recompensas económicas ( $p=0.043$ ), Independencia/Autonomía ( $p=0.001$ ), Seguridad familiar y personal ( $p=0.019$ ) e Invertir y conseguir un patrimonio personal ( $p=0.000$ ). En todas las percepciones y creencias antes mencionadas, aquellos que se preparan académicamente para ser emprendedores obtuvieron una media significativamente mayor que aquellos estudiantes que se preparan para ser empleados como puede apreciarse en la tabla 3.2. Los programas de emprendimiento que logran que sus estudiantes desarrollen propuestas formales de negocio y las lleven a cabo durante la formación o terminando la carrera, no solamente fomentarán creencias y percepciones positivas hacia la independencia, autonomía y la seguridad psicosocial y económica, sino que además es posible desarrollar competencias vinculadas a la perseverancia empresarial (Burke et al., 2008), un aspecto relevante para lograr la sobrevivencia de una empresa en los primeros años de existencia.

<b>Tabla 3.2</b>					
<b>Estadísticos descriptivos de las Percepciones/Creencias positivas y negativas hacia el emprendimiento según la preparación académica para ser empleado o emprendedor</b>					
		<b>n</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación típica</b>	<b>Error típ. de la media</b>
Recompensas económicas	Empleado	77	3.74	.979	.112
	Emprendedor	123	4.02	.927	.084
Independencia/autonomía	Empleado	77	3.95	.872	.099
	Emprendedor	123	4.37	.853	.077
Seguridad familiar y personal	Empleado	77	4.04	.895	.102
	Emprendedor	123	4.34	.848	.076
Seguridad familiar y personal	Empleado	77	3.90	.981	.112
	Emprendedor	123	4.20	.964	.087
Invertir y conseguir un patrimonio personal	Empleado	77	3.86	.996	.114
	Emprendedor	123	4.42	.878	.079
Riesgo económico	Empleado	77	3.42	1.229	.140
	Emprendedor	123	3.45	1.132	.102
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	Empleado	77	3.26	1.129	.129
	Emprendedor	123	3.26	1.093	.099
Temor a fracasar y quedar en ridículo	Empleado	77	2.91	1.227	.140
	Emprendedor	123	2.78	1.258	.113
Reparos financieros (falta de capital inicial)	Empleado	77	3.14	1.178	.134
	Emprendedor	123	3.36	1.065	.096
Cargas fiscales	Empleado	77	3.12	1.235	.141
	Emprendedor	123	3.02	1.090	.098
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.	Empleado	77	3.14	1.144	.130
	Emprendedor	123	3.07	1.226	.111

**Fuente:** elaboración propia.

<b>Tabla 3.3</b>					
<b>Resultados de prueba t para muestras independientes de preparación académica para ser empleado o emprendedor según las Creencias positivas y negativas hacia el emprendimiento</b>					
	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias		
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Recompensas económicas	2.235	.137	-2.038	154.946	.043**
Independencia/Autonomía	.030	.985	-3.389	158.838	.001***
Seguridad familiar y personal	.084	.772	-2.373	154.887	.019**
Invertir y conseguir un patrimonio personal	1.921	.167	-4.087	146.306	.000***
Riesgo económico	1.002	.318	-.182	151.613	.856 NS
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	.273	.602	-.003	157.570	.998 NS
Temor a fracasar y quedar en ridículo	.178	.673	.714	164.576	.476 NS
Reparos financieros (falta de capital inicial)	.596	.441	-1.302	149.290	.195 NS
Cargas fiscales	4.467	.036	.539	146.470	.591 NS
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa	.562	.454	.455	169.924	.650 NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

### **b. Influencia social respecto al emprendimiento**

En la tabla 3.4 se presentan los descriptivos de ambos grupos de acuerdo a cada variable de la influencia social respecto al emprendimiento y la tabla 3.5 contiene los resultados de la prueba t para las dos muestras independientes. Se encontró que, aunque los descriptivos muestran medias aritméticas mayores en casi todas las variables de influencia social en aquellos estudiantes que se preparan para ser emprendedores, las pruebas de hipótesis evidencian que no existen diferencias significativas entre los dos grupos (tabla 3.5); por lo tanto, puede decirse que no hay diferencias significativas entre las variables de influencia social entre los dos grupos de estudiantes participantes en el estudio. Esto no significa que las variables de influencia social no sean relevantes, sino que en ambos grupos tienen una valoración parecida. Investigaciones previas con emprendedores potenciales en México (Cavazos, Puente, y Argawal, 2017) han encontrado que las normas subjetivas, es decir, la influencia social de amigos, compañeros y familiares tiene un efecto positivo y significativo en la intención emprendedora, incluso mayor que la actitud y la autoeficacia emprendedoras.

<b>Tabla 3.4</b>					
<b>Estadísticos descriptivos de las variables de Influencia social respecto la preparación académica según la preparación para ser empleado o emprendedor</b>					
		<b>n</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación típica</b>	<b>Error típ. de la media</b>
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	Empleado	77	3.39	1.149	.131
	Emprendedor	123	3.50	1.119	.101
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	Empleado	77	3.45	1.070	.122
	Emprendedor	123	3.52	.961	.087
Compañeros valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	Empleado	77	3.47	.995	.113
	Emprendedor	123	3.61	.929	.084
Cultura de mi país es muy favorable hacia actividad emprendedora	Empleado	77	3.19	1.124	.128
	Emprendedor	123	3.02	1.149	.104
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	Empleado	77	3.22	1.071	.122
	Emprendedor	123	3.37	1.133	.102
En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor	Empleado	77	3.10	1.021	.116
	Emprendedor	123	3.05	1.108	.100
En mi país, se considera que la actividad emprendedora merece la pena, a pesar de los riesgos	Empleado	77	3.19	1.064	.121
	Emprendedor	123	3.16	1.051	.095
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.	Empleado	77	3.01	1.219	.139
	Emprendedor	123	3.11	1.207	.109

Fuente: elaboración propia.

<b>Tabla 3.5</b>					
<b>Resultados de prueba t para muestras independientes para la Influencia Social al Emprendimiento según la preparación académica para ser empleado o emprendedor</b>					
	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias		
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	.010	.922	-.643	158.290	.521 NS
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	1.639	.202	-.440	148.502	.661 NS
Compañeros valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	.853	.357	-1.009	153.213	.314 NS
Cultura de mi país es muy favorable hacia actividad emprendedora	.168	.682	1.034	164.097	.302 NS
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	1.659	.199	-.911	168.248	.363 NS
En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor	.219	.640	.359	171.367	.720 NS
En mi país, se considera que la actividad emprendedora merece la pena, a pesar de los riesgos	.080	.777	.209	159.976	.835 NS
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.	.017	.525	160.235	.600	.599 NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

**c. Habilidades y capacidades asociadas al emprendimiento**

En la tabla 3.6 se presentan los descriptivos de ambos grupos y en la tabla 3.7 los resultados de la prueba t para dos muestras independientes. Se encontró que entre los dos grupos existen diferencias significativas en las siguientes habilidades y capacidades: Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa ( $p=0.010$ ), Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa ( $p=0.093$ ) y Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa ( $p=0.008$ ). En las habilidades y capacidades antes mencionadas aquellos que mencionaron que se preparan académicamente para ser emprendedores obtuvieron medias significativamente mayores que aquellos estudiantes que se preparan para ser empleados (tabla 3.6).

<b>Tabla 3.6</b>					
<b>Estadísticos descriptivos de las variables de Habilidades y Capacidades asociadas al emprendimiento según la preparación académica para ser empleado o emprendedor</b>					
		<b>n</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación típica</b>	<b>Error típ. de la media</b>
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	Empleado	77	3.82	1.060	.121
	Emprendedor	123	3.98	.992	.089
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	Empleado	77	3.77	1.025	.117
	Emprendedor	123	4.14	.917	.083
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	Empleado	77	3.83	1.044	.119
	Emprendedor	123	4.08	.980	.088
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	Empleado	77	3.73	1.059	.121
	Emprendedor	123	3.97	1.078	.097
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	Empleado	77	3.94	.964	.110
	Emprendedor	123	4.11	.939	.085
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	Empleado	77	3.92	.900	.103
	Emprendedor	123	3.99	1.052	.095
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	Empleado	77	3.81	.987	.113
	Emprendedor	123	4.18	.887	.080
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo.	Empleado	77	3.43	1.229	.140
	Emprendedor	123	3.66	1.260	.114

**Fuente:** elaboración propia.

<b>Tabla 3.7</b>					
<b>Resultados de prueba t para muestras independientes de preparación académica de las Habilidades y Capacidades asociadas al emprendimiento según la preparación para ser empleado o emprendedor</b>					
	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias		
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	.465	.496	-1.101	153.361	.272 NS
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	1.440	.232	-2.600	148.156	.010**
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	.123	.726	-1.688	153.846	.093*
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	.010	.921	-1.550	163.688	.123 NS
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	.075	.785	-1.230	158.294	.221 NS
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	1.294	.257	-.500	179.723	.618 NS
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	1.834	.177	-2.707	148.628	.008***
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo	.099	.753	-1.275	164.499	.204 NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

## **II. Influencia si un miembro de la familia que ha emprendido un negocio o no lo ha hecho**

En este apartado se realizó un análisis a través de una prueba t para dos muestras independientes, a partir de la variable “Alguien de su familia ha emprendido algún negocio”. Así, una de las muestras se conformó por 85 estudiantes que nadie de su familia ha emprendido algún negocio y 115 estudiantes que si lo han hecho.

Al igual que en el apartado anterior, el análisis comparativo se realizó respecto a las variables de tres dimensiones de la intención emprendedora: a) percepciones y creencias hacia el emprendimiento, b) influencia social respecto al emprendimiento y, c) habilidades y capacidades asociadas al emprendimiento. A continuación, se presentan los resultados para los dos grupos de acuerdo a cada dimensión.

### **a. Percepciones y creencias hacia el emprendimiento.**

En la tabla 3.8 se presentan los descriptivos de ambos grupos y en la tabla 3.9 los resultados de la prueba t para dos muestras independientes. Se encontró que entre los dos grupos existen diferencias significativas en las siguientes percepciones y creencias: Independencia/Autonomía ( $p=0.004$ ), Seguridad familiar y personal ( $p=0.000$ ) e Invertir y conseguir un patrimonio personal ( $p=0.000$ ). En todas las percepciones y creencias antes mencionadas, quienes tienen un miembro de la familia que ha emprendido un negocio, obtuvieron una media significativamente mayor que aquellos estudiantes cuyos familiares no han emprendido (tabla 3.8). En investigaciones previas (Zhang et al., 2003) se ha encontrado que miembros de familias emprendedoras suelen facilitar recursos a algún familiar para que se genere un nuevo emprendimiento, por lo tanto, es probable que estos estudiantes se sientan más seguros y confiados del propio emprendimiento y de las bondades económicas de desarrollar un negocio propio.

		N	Media	Desviación típica	Error típ. de la media
Recompensas económicas	No	85	3.81	.970	.105
	Si	115	3.99	.941	.088
Independencia/autonomía	No	85	4.00	.873	.095
	Si	115	4.37	.862	.080
Seguridad familiar y personal	No	85	3.94	.992	.108
	Si	115	4.43	.715	.067
Seguridad familiar y personal	No	85	3.84	1.010	.110
	Si	115	4.26	.918	.086
Invertir y conseguir un patrimonio personal	No	85	3.92	1.003	.109
	Si	115	4.42	.878	.082
Riesgo económico	No	85	3.38	1.091	.118
	Si	115	3.48	1.224	.114
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	No	85	3.25	.999	.108
	Si	115	3.27	1.180	.110
Temor a fracasar y quedar en ridículo	No	85	2.94	1.169	.127
	Si	115	2.75	1.297	.121
Reparos financieros (falta de capital inicial)	No	85	3.22	1.138	.123
	Si	115	3.31	1.095	.102
Cargas fiscales	No	85	3.13	1.153	.125
	Si	115	3.01	1.143	.107
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.	No	85	3.21	1.206	.131
	Si	115	3.01	1.181	.110

**Fuente:** elaboración propia.

**Tabla 3.9**  
**Resultados de prueba t para muestras independientes respecto las Percepciones/Creencias positivas y negativas hacia el emprendimiento SI un miembro de la familia ha emprendido o No un negocio**

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias		
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Recompensas económicas	1.185	.278	-1.311	178.087	.192
Independencia/autonomía	.031	.860	-2.941	179.850	.004***
Seguridad familiar y personal	1.311	.254	-3.899	145.082	.000***
Invertir y conseguir un patrimonio personal	2.233	.137	-3.671	166.805	.000***
Riesgo económico	1.285	.258	-.619	191.106	.536 NS
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	4.376	.038	-.146	194.305	.884 NS
Temor a fracasar y quedar en ridículo	2.612	.108	1.104	190.320	.271 NS
Reparos financieros (falta de capital inicial)	.051	.821	-.559	177.201	.577 NS
Cargas fiscales	1.211	.273	.735	180.329	.463 NS
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.	.832	.363	1.188	179.002	.237 NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

### b. Influencia social respecto al emprendimiento

En la tabla 3.10 se presentan los descriptivos de ambos grupos y en la tabla 3.11 los resultados de la prueba t para dos muestras independientes. Se encontró que entre los dos grupos existen diferencias significativas en los siguientes aspectos de la influencia social: La cultura de mi país es muy favorable hacia la actividad emprendedora ( $p=0.028$ ) y En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor(a) ( $p=0.032$ ). En los dos aspectos antes mencionados aquellos que tienen un familiar que ha emprendido un negocio asignan una menor evaluación a la cultura del país para favorecer el emprendimiento y el que sea poco aceptable ser emprendedor (tabla 3.10). En una cultura colectivista como la mexicana, las opiniones de familiares y amigos funcionan como mecanismos de aprobación o rechazo a la intención emprendedora (Cavazos-Arroyo et al., 2017). Por ello, es necesario que el gobierno cree y fomente mecanismos que

favorezcan la cultura emprendedora y se revalorice el trabajo emprendedor y sus beneficios a la economía y la sociedad.

<b>Tabla 3.10</b>					
<b>Estadísticos descriptivos de la Influencia social respecto al emprendimiento SI un miembro de la familia ha emprendido o No un negocio</b>					
		<b>n</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación típica</b>	<b>Error típ. de la media</b>
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	No	85	3.34	1.201	.130
	Si	115	3.54	1.070	.100
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	No	85	3.36	1.010	.110
	Si	115	3.59	.990	.092
Compañeros valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	No	85	3.53	.959	.104
	Si	115	3.57	.956	.089
Cultura de mi país es muy favorable hacia actividad emprendedora	No	85	3.29	1.100	.119
	Si	115	2.94	1.149	.107
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	No	85	3.33	1.040	.113
	Si	115	3.30	1.162	.108
En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor	No	85	3.26	1.071	.116
	Si	115	2.93	1.057	.099
En mi país, se considera que la actividad emprendedora merece la pena, a pesar de los riesgos	No	85	3.14	1.135	.123
	Si	115	3.20	.993	.093
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.	No	85	3.07	1.213	.132
	Si	115	3.07	1.212	.113

**Fuente:** elaboración propia.

<b>Tabla 3.11</b>					
<b>Resultados de prueba t para muestras independientes de la Influencia social SI un miembro de la familia ha emprendido o No un negocio</b>					
	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias		
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	1.291	.257	-1.206	168.742	.229 NS
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	.002	.965	-1.582	179.134	.116 NS
Compañeros valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	.247	.620	-.325	180.848	.746 NS
Cultura de mi país es muy favorable hacia actividad emprendedora	.064	.801	2.213	185.329	.028**
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	1.293	.257	.216	190.857	.829
En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor	.121	.728	2.156	179.869	.032**
En mi país, se considera que la actividad emprendedora merece la pena, a pesar de los riesgos	3.524	.062	-.382	166.579	.703 NS
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.	.054	.816	.006	181.065	.995 NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

### c. Habilidades y capacidades asociadas al emprendimiento

En la tabla 3.12 se presentan los descriptivos de ambos grupos y en la tabla 3.13 los resultados de la prueba t para dos muestras independientes. Se encontró que todas las habilidades y capacidades asociadas al emprendimiento si un miembro de la familia ha emprendido o no un negocio presentan diferencias significativas entre los dos grupos: Reconocimiento potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa ( $p=0.024$ ), escribir un plan de negocio, de forma clara y completa ( $p=0.012$ ), Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa ( $p=0.001$ ), Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa ( $p=0.011$ ), Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio ( $p=0.047$ ), Convencer a un cliente de probar un nuevo

producto/iniciativa ( $p=0.008$ ). En todas las habilidades y capacidades quienes tienen un miembro de la familia que ha emprendido un negocio obtuvieron una media significativamente mayor que aquellos estudiantes cuyos familiares no han emprendido (tabla 3.12).

<b>Tabla 3.12</b>					
<b>Estadísticos descriptivos de las Habilidades y capacidades asociadas al emprendimiento SI un miembro de la familia ha emprendido o No un negocio</b>					
	<b>n</b>		<b>Media</b>	<b>Desviación típica</b>	<b>Error típ. de la media</b>
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	No	85	3.73	1.040	.113
	Sí	115	4.06	.985	.092
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	No	85	3.79	1.070	.116
	Sí	115	4.15	.871	.081
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	No	85	3.71	1.100	.119
	Sí	115	4.19	.887	.083
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	No	85	3.65	1.120	.122
	Sí	115	4.04	1.012	.094
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	No	85	3.88	.993	.108
	Sí	115	4.16	.904	.084
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	No	85	3.74	1.114	.121
	Sí	115	4.13	.864	.081
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	No	85	3.82	1.002	.109
	Sí	115	4.19	.867	.081
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo.	No	85	3.39	1.235	.134
	Sí	115	3.70	1.249	.117

**Fuente:** elaboración propia.

<b>Tabla 3.13</b>					
<b>Resultados de prueba t para muestras independientes de las habilidades y capacidades asociadas al emprendimiento SI un miembro de la familia ha emprendido o No un negocio</b>					
	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias		
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	.076	.782	-2.279	175.506	.024**
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	2.072	.152	-2.538	158.420	.012**
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	9.283	.003	-3.343	157.420	.001***
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	4.508	.035	-2.577	170.271	.011**
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	1.169	.281	-2.005	171.134	.047**
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	8.679	.004	-2.680	152.942	.008***
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	.535	.465	-2.714	165.430	.007***
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo	.017	.895	-1.780	182.263	.077*

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

### 3.5. Conclusiones

Esta investigación comparó las características de las dimensiones de la intención emprendedora, entre estudiantes de las licenciaturas escolarizadas y abiertas de la Escuela de Negocios de la UPAEP, que desean convertirse en empleados y aquellos que desean ser emprendedores. Se encontró que en general, los estudiantes que se preparan académicamente para ser emprendedores tienen creencias y percepciones más positivas hacia el emprendimiento que aquellos estudiantes que se preparan para ser empleados, especialmente respecto a la independencia, la seguridad y la posibilidad de obtener un patrimonio personal. Además, se encontró que la influencia social no varía significativamente entre estudiantes que desean ser emprendedores y aquellos que desean emplearse. La influencia de amigos, familiares y compañeros suele ser muy importante para la toma de decisiones en culturas colectivas como la mexicana. Respecto a las habilidades y capacidades asociadas al emprendimiento, aquellos que pretenden convertirse en emprendedores valoran más

la capacidad de desarrollar un plan de negocio, encontrar a las personas idóneas para operar una empresa y las habilidades de negociación.

Por otro lado, esta investigación también comparó las características de las dimensiones de la intención emprendedora, entre los estudiantes que tienen un miembro de la familia que ha emprendido un negocio y aquellos que no lo tienen. Se confirmó que la familia juega un rol relevante en la intención emprendedora de los estudiantes de licenciatura de la universidad. Por un lado, la familia puede contribuir en la confianza, la seguridad y la percepción de que emprender puede ayudar a conseguir un patrimonio personal. Sin embargo, quienes tienen familiares que han emprendido consideran que en México no hay una cultura apropiada que favorezca el emprendimiento y no existe un reconocimiento positivo al trabajo emprendedor. Pese a los cambios legislativos y la creación del INADEM, parece que aún es necesario aumentar la confianza y comunicar los beneficios del emprendimiento.

Estos resultados invitan a una reflexión sobre la forma en que se pueden aprovechar los intereses de los estudiantes -a ser emprendedor o colaborador en una organización y la fuerza de la familia en la intención emprendedora- especialmente en la formación profesional. Con el crecimiento del emprendimiento híbrido, quienes aspiran a ser empleados también necesitan adquirir competencias emprendedoras y concientizarse de su posible utilidad y aprovechamiento durante su vida laboral. Este trabajo tiene algunas limitaciones, la primera de ellas es que la investigación se enfocó en una sola universidad, la cual ha realizado esfuerzos por incentivar el emprendimiento entre los estudiantes de licenciatura. Además, se utilizó una muestra no probabilística por conveniencia, lo que impide la generalización de los resultados a la población estudiantil del contexto de estudio. Finalmente, se recomienda replicar los estudios a otras universidades, realizar estudios con recién egresados que emprendieron, a fin de identificar cuál de las dimensiones de la intención emprendedora potencializó el comportamiento emprendedor y profundizar en los roles, tensiones y expectativas de la familia para materializar en un negocio una intención emprendedora.

### **3.6. Referencias**

Altinay, L., y Altinay, E. (2006). Determinants of ethnic minority entrepreneurial growth in the catering sector. *The Service Industries Journal*, 26(2), 203-221.

- Burke, A. E., FitzRoy, F. R., y Nolan, M. A. (2008). What makes a die-hard entrepreneur? Beyond the 'employee or entrepreneur' dichotomy. *Small Business Economics*, 31(2), 93-99.
- Castillo, L. C. G. C., Lira, A. G., y González, M. C. I. (2014). El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México. *Tec Empresarial*, 8(2), 29-40.
- Cavazos, J., Puente, R., y Agarwal, N. (2017). An examination of certain antecedents of social entrepreneurial intentions among Mexico residents. *Revista brasileira de gestão de negócios*, 19(64), 180-199.
- Charvel, R. (5 octubre, 2013). Se necesitan más emprendedores exitosos. *Expansión*. Desde: <https://expansion.mx/especiales/2013/09/24/mexico-necesita-emprendedores-exitosos>
- CONAPO (2015), Dinámica demográfica 1990-2010 y proyecciones de población 2010-2030 Puebla, CONAPO, México, 14-15 Desde: [http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Proyecciones/Cuadernos/21\\_Cuadernillo\\_Puebla.pdf](http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Proyecciones/Cuadernos/21_Cuadernillo_Puebla.pdf)
- Folta, T. B., Delmar, F., y Wennberg, K. (2010). Hybrid entrepreneurship. *Management Science*, 56(2), 253-269.
- Jaskiewicz, P., Luchak, A. A., Oh, I. S., y Chlosta, S. (2016). Paid employee or entrepreneur? How approach and avoidance career goal orientations motivate individual career choice decisions. *Journal of Career Development*, 43(4), 349-367.
- Marques, C., Santos, G., Galvão, A., Mascarenhas, C., y Justino, E. (2018). Entrepreneurship education, gender and family background as antecedents on the entrepreneurial orientation of university students. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 58-70.
- Millán, F. J., Jaramillo, M. J., y Chávez, M. A. P. (2017). Factores que inciden en la intención emprendedora de estudiantes del Centro Universitario Temascaltepec. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(78), 210-231.
- Mok, J. K. H., y Yue, K. (2015). Promoting entrepreneurship and innovation in China: Transformations in university curriculum and research capacity (pp. 439-462). En Schwarzman, S., Pinheiro, R., y Pillay, P. *Higher Education in the BRICS Countries. Higher Education in the BRICS Countries*. USA: Springer, Dordrecht.

- Ridley, D. (2016). Developing an Entrepreneurial Mindset across the University Curriculum. En United States Association for Small Business and Entrepreneurship. *Conference Proceedings United States Association for Small Business and Entrepreneurship*. USA.
- SEP (2018). *Escuela Poblana estadísticas generales por municipio*, desde: [http://escuelapoblana.org/index.php/Estadistica/estad\\_indi\\_generales](http://escuelapoblana.org/index.php/Estadistica/estad_indi_generales)
- Shamsudin, S. F. F. B., Al Mamun, A., Nawi, N. B. C., Nasir, N. A. B. M., y Zakaria, M. N. B. (2017). Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among The Malaysian University Students. *The Journal of Developing Areas*, 51(4), 423-431.
- Sieger, P., y Minola, T. (2017). The family's financial support as a “Poisoned gift”: A family embeddedness perspective on entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 55(S1), 179-204.
- Solesvik, M. Z. (2017). Hybrid entrepreneurship: How and why entrepreneurs combine employment with self-employment. *Technology Innovation Management Review*, 7(3), 1-7.
- Suartha, N., y Suprpti, N. W. S. (2016). Entrepreneurship for students: The relationship between individual entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention. *European Journal of Business and Management*, 8(11), 45-53.
- UPAEP (2017), *Informe del Rector 2016/2017*, Dr. Emilio Baños Ardavín, desde: [https://upaep.mx/images/nosotros/bienvenida/docs/informe\\_rector\\_2017.pdf](https://upaep.mx/images/nosotros/bienvenida/docs/informe_rector_2017.pdf)
- Valencia, A., Montoya, I., y Montoya, A., (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881-922.
- Zhang, J., Wong, P. K., y Soh, P. H. (2003, August). Network ties, prior knowledge and resource acquisition by high-tech entrepreneurs. In *The Best Paper Proceedings of the Academy of Management Conference*, Seattle, WA, USA.

## **CAPÍTULO 4**

# **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO (CENTRO UNIVERSITARIO TEMASCALTEPEC)**

Marcela Jaramillo Jaramillo<sup>10</sup>  
Patricia García Hernández<sup>11</sup>  
Francisco Jaimes Millán<sup>12</sup>  
Manuel Antonio Pérez Chávez<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Profesora-Investigadora, Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Temascaltepec. e-mail: lc\_marce@yahoo.com.mx.

<sup>11</sup> Profesora-Investigadora, Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Temascaltepec e-mail: garciahernandezp@yahoo.com.mx.

<sup>12</sup> Profesor-Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Unievrsitario UAEM Temascaltepec. e-mail: fra\_jami@hotmail.mx.

<sup>13</sup> Profesor-Investigador, Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Temascaltepec. maperezch@yahoo.com.mx.

#### 4.1. Introducción

Según datos del Banco Mundial (Doing Business, 2017) México es un país de poca facilidad para hacer negocios. En concordancia con esto, el Índice Global de Emprendimiento (Ács, Szerb y Lloyd, 2018) señala que México descendió cuatro lugares con respecto al año anterior, ya que pasó de la posición 75 a la 71. Este índice mide la calidad y dinámica del ecosistema emprendedor en 137 países, a partir de 14 componentes (tabla 4.1). Estados Unidos, Suiza y Canadá ocupan las primeras tres posiciones de la clasificación, mientras que Chile destaca en entre los países de América Latina y el Caribe. En el caso de México, en la tabla 4.1 se aprecia que los rubros con evaluaciones más bajas fueron percepción de oportunidades de negocio, habilidades emprendedoras, soporte cultural; además, estos indicadores mostraron un comportamiento a la baja con respecto del año anterior. La percepción de oportunidades de negocio (las personas crean nuevas empresas con base en la detección de huecos en el mercado), pasó de 48 a 43 %. Por su parte, el componente habilidades emprendedoras de la población cayó de 18 a 15%. El indicador soporte cultural, que mide el espíritu empresarial y la corrupción como factor que inhibe la actividad emprendedora, no sólo obtuvo la menor evaluación de 2018, sino que además mostró un descenso al pasar de 15 a 10 %.

Tabla 4.1 Índice global de emprendimiento 2018. Puntuación por componente, caso México.		
Datos generales México	Componente	Puntuación
Posición General: 75 de 137 países. Puntuación general: 26% Fortaleza: Trabajo en redes Debilidad: Soporte cultural	1. Percepción de oportunidad	43 %
	2. Habilidades para puesta en marcha	15 %
	3. Aceptación del riesgo	41 %
	4. Trabajo en redes	67 %
	5. Soporte cultural	10 %
	6. Oportunidad para puesta en marcha	29 %
	7. Absorción de la tecnología	31 %
	8. Capital humano	20 %
	9. Competencia	28 %
	10. Innovación de productos	45 %
	11. Innovación de procesos	20 %
	12. Alto crecimiento	22 %
	13. Internacionalización	20 %
	14. Capital de riesgo	15 %

Fuente: Ács, Szerb y Lloyd (2018)

En contraparte, según el Reporte Global de Emprendedores Amway<sup>14</sup> (denominado AGER por sus siglas en inglés), México ocupa el segundo lugar en factibilidad para desarrollar el emprendimiento (sólo por debajo de China) ya que ocho de cada diez mexicanos expresaron tener habilidades y recursos para iniciar un negocio. El AGER México muestra que 92 % de los encuestados tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento y aunque no se imaginan iniciando un negocio, sí consideran que tiene las habilidades y recursos para iniciarlo; el potencial emprendedor es 73 %, esto es, siete de cada diez encuestados pueden imaginarse iniciando un negocio, este potencial está por encima de la media global de 43 %. En cuanto a los incentivos para emprender un negocio, 53 % de los encuestados buscan compatibilidad entre el tiempo que dedican a la carrera profesional, la familia y el trabajo, mientras 42 % concibe el emprendimiento como una buena respuesta al desempleo, ya que consideran viable trabajar por cuenta propia de tiempo completo o medio tiempo (AMWAY, 2018).

De lo anterior se infiere que el emprendimiento es un fenómeno multifactorial, influenciado por un ecosistema de factores personales, sociales e institucionales que deben ser atendidos para cerrar las brechas que obstaculizan el acceso al emprendimiento como fenómeno impulsor del desarrollo económico y creador de fuentes de trabajo. Cabe entonces cuestionar si en México existe un ecosistema que proporcione las condiciones para el desarrollo del emprendedor empresarial, sobre todo en países como México, en los que el emprendimiento es una opción para dar respuesta a una población joven que demanda alternativas de ocupación. Así, el presente capítulo tiene el objetivo de analizar la intención emprendedora en jóvenes universitarios mexicanos, tomando como caso de estudio a estudiantes de la Licenciatura en Contaduría (LCN) y de la Licenciatura en Informática Administrativa (LIA) adscritos al Centro Universitario UAEMex Temascaltepec, estos estudiantes son representativos de una generación de jóvenes provenientes de un medio rural, que buscan mejorar su nivel de vida desarrollando actividades diferentes a la agropecuaria.

En el primer apartado de este capítulo se exponen antecedentes teóricos, de política pública y trabajos realizados, con énfasis en los factores que obstaculizan la intención emprendedora en estudiantes universitarios. El segundo apartado se dedica a describir el contexto de las licenciaturas y estudiantes participantes en este estudio. El tercer apartado muestra los resultados obtenidos a

---

<sup>14</sup> En este reporte se proporciona el Índice de Espíritu Emprendedor, que mide el emprendimiento en tres dimensiones: deseo, viabilidad y estabilidad. Este documento reporta datos de 45 países.

partir de la encuesta realizada a 128 estudiantes, quienes respondieron el cuestionario titulado Emprendimiento Universitario. La última sección está dedicada a las conclusiones en las que se destaca la similitud entre las perspectivas empresariales de los estudiantes de las Licenciaturas en Contaduría e Informática Administrativa del Centro Universitario UAEMex Temascaltepec y las posibles líneas de investigación que se podrían desarrollar.

#### **4.2. Revisión de la literatura**

En México se han diseñado políticas públicas que apuestan por el desarrollo de nuevos negocios, los programas de capacitación y apoyos impulsados por el Instituto Nacional del Emprendedor son prueba de ello. A las iniciativas del sector público se han sumado las del sector privado, algunos organismos empresariales promueven el desarrollo de ideas de negocios desde muy temprana edad. Además, incubadoras y aceleradoras de negocios promovidas por organismos públicos y privados, se suman a las opciones disponibles para el emprendedor. Pese a lo anterior, las estadísticas de mortandad empresarial todavía son alarmantes, de acuerdo con el INEGI (2015), 80 % de las empresas nuevas no sobreviven al segundo año de funcionamiento, del 20% restante menos de la mitad llegara al quinto año de vida.

A pesar de esta alta tasa de mortalidad, el sector de las MIPyME aporta casi la mitad del PIB y ocupan el 70 % de la población económicamente activa (INEGI, 2016 a), esto pone de manifiesto que los emprendedores tienen la capacidad para impactar positivamente la economía, generar innovación y competitividad (Callejón y Castany, 2008), y puede ser una alternativa viable ante crisis de empleo que afecta a la población, especialmente a un sector juvenil (Pereira, 2012). Es por ello necesario que tanto el sector público como el privado impulsen el emprendimiento en los jóvenes, aún más considerando que más de la mitad de la población mexicana es menor de 26 años (INEGI, 2016 b).

El reto del emprendimiento está en los jóvenes, algunos de ellos catalogados como Nini's<sup>15</sup>, quienes buscan oportunidades sin encontrarlas y cada vez más se incorporan a la economía informal y al crimen organizado (de Hoyos, Halssey y Székely, 2016); las políticas públicas deberán centrarse

---

<sup>15</sup> La palabra Nini es un neologismo que se usa para denominar al grupo de jóvenes que ni estudia ni trabaja.

en fomentar en este grupo el interés por emprender proyectos productivos viables y sostenibles en el tiempo, siendo para ello fundamental la formación en actitudes y aptitudes emprendedoras.

Es aquí que toma importancia el papel de las instituciones de educación superior (IES) en la formación de estudiantes emprendedores; el factor educación puede mejorar y desarrollar rasgos que se asocian con el éxito empresarial y afectar positivamente las actitudes de los educandos (Valencia, Montoya y Montoya, 2015). Existen evidencias que muestran la influencia positiva de programas educativos para el emprendimiento sobre la autoeficacia empresarial de sus participantes (Díaz, Sáez y Jiménez, 2015). Sin embargo, investigaciones realizadas en el contexto universitario latinoamericano muestran bajos niveles de intención emprendedora entre estudiantes (Durán-Aponte y Arias-Gómez, 2015), aunque no es claro cuánto de este bajo desempeño es responsabilidad de la formación escolar, y cuanto corresponde a factores personales, familiares y/o sociales. Lo que sí se sabe es que los modelos educativos tradicionales forman a los estudiantes para desempeñarse en el mundo laboral principalmente como empleados de empresas ya establecidas (Alvarado y Rivera, 2011).

Existen evidencias de que los conocimientos y habilidades adquiridos por los egresados de IES son útiles para cumplir funciones operativas, tácticas o incluso estratégicas, pero no así para potenciar emprendimientos propios. En respuesta a ello se han propuesto estrategias pedagógicas para impulsar la intención emprendedora y las capacidades empresariales de los estudiantes universitarios (Liñán y Fayolle, 2015), tales como modelos de enseñanza y aprendizaje encaminados a fortalecer las intenciones empresariales, o a promover la auto eficacia empresarial a partir del aprendizaje basado en problemas (Bell, Dearman y Wilbanks, 2015). Estos modelos no han permeado en todas las IES, y en México esta carencia es más evidente en IES públicas (Eduniversal, 2017). Aunque algunas IES públicas han implementado programas para brindar formación a jóvenes emprendedores (Zubillaga, 2015), se observa que estas iniciativas carecen de articulación institucional, y se mantienen como programas o unidades de estudios aisladas, sin impacto transversal en la formación de los universitarios (Alvarado y Rivera, 2011). Sin embargo, existen IES excepcionales que trabajan su currículo bajo un enfoque emprendedor, con la participación de catedráticos que desarrollan actividades en favor del emprendimiento, a fin de que el estudiante asimile las oportunidades que tendrá al egresar (Eduniversal, 2017). Los egresados de la educación superior enfrentan una realidad laboral en la que un título universitario no garantiza obtener un empleo bien remunerado, por lo que, ante un mercado de trabajo complejo y

competitivo, las IES deben fomentar las habilidades y aptitudes necesarias para incrementar la intención emprendedora entre sus estudiantes.

Asimismo, se observa que el nivel de intención emprendedora difiere entre disciplinas, y uno de los factores que influyen en esta variación es el mercado del trabajo (Aroca, Domínguez, Quizhpe y Edgar, 2016). En México, los egresados y estudiantes de carreras con mejores perspectivas salariales y mayor empleabilidad no consideran necesario generar opciones de autoempleo, tal es el caso de las ingenierías (Ortegón y Cardozo, 2016). Por otra parte, existen carreras profesionales cuyos estudiantes tienen la intención de emprender desde el inicio de sus estudios, tal es el caso de disciplinas como la medicina y la odontología, cuyo alumnado planea establecer sus propias consultas, de forma individual o en asociación con colegas, como una forma natural de ejercer su profesión. En contraste, las áreas de conocimiento relacionadas con negocios no se destacan por su intención emprendedora, paradójicamente estos estudiantes reciben las herramientas necesarias para crear y gestionar empresas ajenas y propias, sin embargo, entre ellos prevalece una mentalidad de trabajo como empleado en grandes empresas o en el sector público (Observatorio de Emprendimiento Universitario, 2016).

Los elementos anteriormente descritos son analizados en el desarrollo de la presente investigación, ésta se desarrolló en una IES pública, y tomó a estudiantes de LCN y LIA como unidad de análisis, este contexto se describe a detalle en el siguiente apartado.

### **4.3. Marco contextual de la institución**

El Centro Universitario Temascaltepec (CUT) es parte de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex) que cuenta con una matrícula de 81,678 alumnos distribuidos en 186 planes de estudio de educación media superior, superior y posgrado. La UAEMex tienen presencia en diferentes ubicaciones geográficas y cuenta con 10 planteles de la Escuela Preparatoria, 21 Facultades, 11 Centros Universitarios, 6 Unidades Académicas Profesionales, 22 Centros de Investigación, 2 Institutos de Investigación y una Escuela de Artes Escénicas (UAEMex, 2017a).

El CUT se ubica en el Suroeste del Estado de México, tiene una matrícula de 944 alumnos en estudios profesionales y nueve de estudios avanzados. En el CUT se ofrecen cinco programas educativos de nivel licenciatura: Ingeniero Agrónomo Zootecnista, Contaduría, Derecho, Informática Administrativa y Turismo. Los cuatro primeros están acreditados como programas de

calidad; la Licenciatura en Turismo es de reciente creación, por lo que no ha realizado el proceso de acreditación (UAEMex, 2017a). La distribución de la matrícula de estudios profesionales se muestra en la tabla 4.2. Los programas de estudios avanzados que se ofrecen en este espacio universitario son Maestría en Ciencias de la Computación, así como Maestría y Doctorado en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales. Ambos programas están reconocidos en el Padrón del Programa Nacional de Posgrados de Calidad (CONACYT, 2018).

<b>Tabla 4.2</b>				
<b>Distribución de la matrícula en estudios profesionales del Centro Universitario UAEMex Temascaltepec</b>				
<b>N.P.</b>	<b>Programa Educativo</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
1	Licenciatura de Ingeniero Agrónomo Zootecnista	239	53	292
2	Licenciatura en Contaduría	65	78	143
3	Licenciatura en Derecho	137	169	306
4	Licenciatura en Informática Administrativa	65	37	102
5	Licenciatura en Turismo	33	68	101
<b>Total</b>		<b>539</b>	<b>405</b>	<b>944</b>

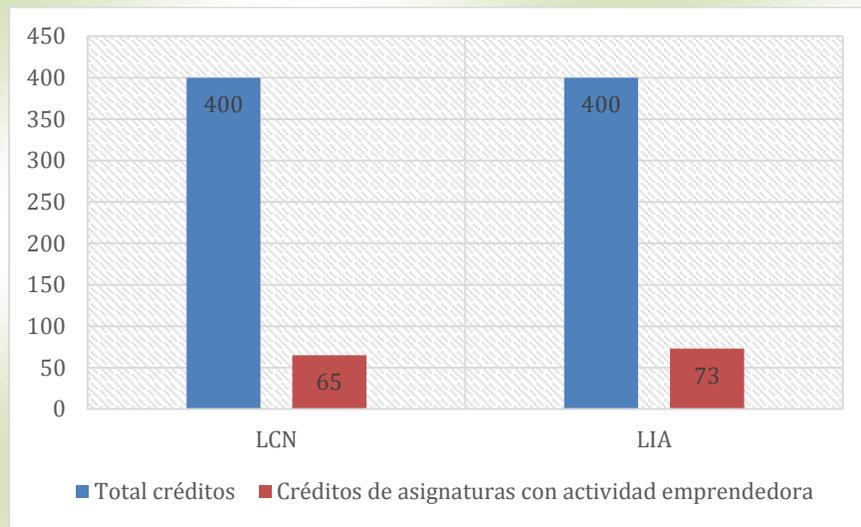
**Fuente:** Agenda Estadística UAEMex (2017a).

Este Centro Universitario se ubica en una zona rural, por lo que los estudiantes provienen de pueblos, comunidades rurales y rancherías de municipios como Tejupilco, San Simón de Guerrero, Luvianos, Amatepec, Tlatlaya, Valle de Bravo, Zacazonapan, Otzoloapan, Texcallitlán, Sultepec y el propio municipio de Temascaltepec. También se tienen estudiantes provenientes de municipios conurbados a la capital mexicana, tales como Zinacantepec y Toluca. La actividad económica preponderante en estos municipios es la agropecuaria, sin embargo, las necesidades sociales actuales tienden a la búsqueda de emprendimiento como alternativas de autoempleo, así que demandan de estudiantes capacitados en temas relacionados con el ámbito del desarrollo emprendedor (UAEMex, 2018).

Respecto a la formación previa, 59 % de los estudiantes del CUT provienen de bachillerato general que cursan en Escuelas Preparatorias Oficiales o Colegio de Bachilleres, el resto son egresados de bachilleratos tecnológicos tales como Colegios de Estudios Científicos y Tecnológicos, y Centros de Estudios Tecnológicos. Los egresados de estos últimos tienen formación técnica en programación y desarrollo organizacional, principalmente, mientras que otros de ellos cuentan con formación en administración, contabilidad o informática administrativa (CUT, 2017).

Esta investigación se centra en LCN y LIA, ya que de acuerdo con Espíritu y Sastre (2011), la formación recibida por los estudiantes de carreras administrativas o empresariales puede estimularlos a crear su propia empresa, al adquirir conocimiento que los hace competentes en este ámbito. Los estudiantes de ambas licenciaturas deben cubrir un total de 400 créditos en un tiempo promedio de nueve semestres. Como se observa en la figura 4.1, ambos programas contemplan créditos que se obtienen al cursar unidades de aprendizaje con carga empresarial. En el caso de la LIA equivalen a 18.3 % de las unidades de aprendizaje, mientras que la LCN alcanza 16.3 %.

**Figura 4.1.** Créditos totales a cursar por licenciatura y créditos con actividad emprendedora.



**Fuente:** Elaboración propia con base a los planes de estudio vigentes aprobados por la Dirección de Estudios Profesionales de la UAEMex, Julio 2003.

Adicionalmente, y con el objetivo de incentivar el espíritu emprendedor entre los universitarios, el CUT cuenta con una Coordinación de Desarrollo Empresarial, cuya función principal es fomentar y apoyar las iniciativas de emprendimiento que surjan al interior de la comunidad. Para ello, desde 2014 se han organizado concursos y pasarelas de emprendedores, en los que estudiantes participan con sus ideas de negocio. La tabla 4.3 muestra la participación de estudiantes de la LCN y de la LIA en estos eventos.

Tabla 4.3 Participación de estudiantes en eventos organizados por la Coordinación de Desarrollo Empresarial												
Licenciatura	Primer concurso		Segundo concurso		Tercer concurso		Cuarto concurso		Pasarela emprendedora		Total	
	N.P.	N.A.	N.P.	N.A.	N.P.	N.A.	N.P.	N.A.	N.P.	N.A.	N.P.	N.A.
LCN	15	48	0	0	0	0	3	7	4	13	22	68
LIA	7	23	7	24	6	19	4	14	4	15	28	95
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>71</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>7</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>28</b>	<b>50</b>	<b>163</b>

LCN = Licenciatura en Contaduría, LIA= Licenciatura en informática Administrativa

N.P. = Número de proyectos; N.A. = Número de alumnos

**Fuente:** Elaboración propia con base en información proporcionada por la Coordinación de Desarrollo Empresarial del Centro Universitario UAEMex Temascaltepec, 2018.

En estos eventos pueden participar estudiantes de todas las licenciaturas impartidas en el CUT, aunque cabe señalar que tanto la LCN como la LIA han tenido una participación constante y destacada, por ejemplo: de los 28 proyectos participantes en el primer concurso, 22 correspondieron a éstas dos licenciaturas, lo que representó un 79 % de participación; un caso excepcional fue la pasarela emprendedora 2018, en la que sólo se inscribieron proyectos promovidos por alumnos de LCN y LIA. Además, los mejores proyectos derivados de los concursos y pasarela han participado en el Concurso del Universitario Emprendedor que organiza la UAEMex, obteniendo dos primeros, y un tercer lugar en diferentes categorías de participación, esto pone en evidencia el interés y potencial de estas licenciaturas en el tema del emprendimiento.

Es en este contexto que se realizó esta investigación, cuyos resultados se presentan y analizan en siguiente apartado.

#### 4.4. Análisis de los resultados

Para analizar los resultados del presente capítulo, se utilizó prueba Chi-Cuadrado de *Pearson*, cuyos resultados se presentan en tablas cruzadas con el fin de evaluar la relación entre variables. Asimismo, para evaluar la intención emprendedora entre los estudiantes de la LCN y la LIA del CUT, se realizó el análisis de la varianza (ANOVA) de un factor. Las tablas 4.4 a la 4.17 presentan los resultados obtenidos para cada una de las variables consideradas de este estudio.

La tabla 4.4 muestra el porcentaje de hombres y mujeres que respondieron la encuesta clasificados según la licenciatura que cursan actualmente. Los resultados demuestran que no existen diferencias estadísticamente significativas entre dichos grupos.

Tabla 4.4			
Programa educativo con respecto al sexo del estudiante			
Variables	Hombre	Mujer	Sig.
Licenciatura en Contaduría	47.4 %	52.6 %	NS
Licenciatura en Informática Administrativa	59.6 %	44.4 %	NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 4.5 se observa que los estudiantes de las Licenciaturas en Contaduría e Informática Administrativa son el 100 % de nacionalidad mexicana, por tanto no existen diferencias significativas entre ellos.

Tabla 4.5			
Programa educativo con respecto a la nacionalidad del estudiante			
Variables	Mexicana	Extranjera	Sig.
Licenciatura en Contaduría	100 %	0 %	NS
Licenciatura en Informática Administrativa	100 %	0 %	NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 4.6 infiere que la mayoría de los estudiantes de la Licenciatura de Contaduría e Informática Administrativa del CU UAEMex Temascaltepec viven en una pequeña ciudad, un pueblo o comunidad y 0 % en una gran ciudad.

Tabla 4.6				
Programa educativo con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida el estudiante				
Variables	Gran ciudad	Pequeña ciudad	Pueblo o comunidad	Sig.
Licenciatura en Contaduría	0 %	23.7 %	67.3 %	***
Licenciatura en Informática Administrativa	0 %	3.8 %	96.2 %	***

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 4.7 se deduce que el 43.4 % y 59.6 % de los estudiantes de las Licenciaturas en Contaduría e Informática Administrativa respectivamente se encuentran a la mitad de carrera, el resto son de recién ingreso y próximos a egresar, por tanto las diferencias entre grupos son significativas.

Tabla 4.7				
Situación en la que se encuentra actualmente cursando el estudiante de acuerdo con el programa educativo				
VARIABLES	Reciente ingreso	A mitad de carrera	Próximo a egresar	Sig.
Licenciatura en Contaduría	35.5 %	43.4 %	21.1 %	*
Licenciatura en Informática Administrativa	30.8 %	59.6 %	9.6 %	*

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

La tabla 4.8 revela un mayor entorno emprendedor en los estudiantes de la licenciatura en contaduría, pues la mayoría de ellos afirma que tiene familiares y/o amigos emprendedores y por tanto poseen algún negocio. Aunque las diferencias entre los grupos no resultan estadísticamente significativas.

Tabla 4.8			
Entorno emprendedor del estudiante según el programa educativo que cursa			
VARIABLES	Lic. en Contaduría	Lic. en Informática Administrativa	Sig.
¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio?	64.1 %	35.9 %	NS
¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio?	58.5 %	41.5 %	NS
¿Ha sido o es propietario de algún negocio?	53.8 %	46.2 %	NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

Corresponde ahora analizar la relación intención emprendedora con diversos grupos de variables de estudio. En la tabla 4.9 se muestra que la intención de emprender entre la LCN y la LIA en cuatro de las cinco opciones de respuesta no es estadísticamente significativa.

Tabla 4.9			
Intención emprendedora del estudiante según el programa educativo que cursa			
VARIABLES	Lic. en Contaduría	Lic. en Informática Administrativa	Sig.
No, nunca	16.7 %	83.3 %	***
No, pero integrar a empresa familiar	100 %	0 %	NS
Sí, vagamente	69.4 %	30.6 %	NS
Sí, seriamente	46.8 %	53.2 %	NS
Sí, firme propósito	70.3 %	29.7 %	NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

La tabla 4.10 deja ver que la mayoría de los respondientes son solteros, por tanto al relacionar intención emprendedora con estado civil, no se encuentran diferencias significativas.

Tabla 4.10 Intención emprendedora del estudiante según su estado civil					
VARIABLES	SOLTERO	CASADO	UNIÓN LIBRE	VIUDO	SIG.
No, nunca	100 %	0 %	0 %	0 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	100 %	0 %	0 %	0 %	NS
Sí, vagamente	94.4 %	0 %	5.6 %	0 %	NS
Sí, seriamente	97.9 %	0 %	2.1 %	0 %	NS
Sí, firme propósito	89.2 %	8.1 %	2.7%	0 %	NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

De la tabla 4.11, se desprende que la generalidad de los estudiantes de la LCN y la LIA del Centro Universitario UAEMex Temascaltepec que tienen la intención de emprender el promedio oscila entre 7.1 y mayor a 8, pero las diferencias entre ellos no son significativas.

Tabla 4.11 Intención emprendedora del estudiante según su promedio de estudio				
VARIABLES	HASTA 7.0	ENTRE 7.1 Y 8.0	MAYOR A 8.0	SIG.
No, nunca	0 %	50 %	50 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	0 %	50 %	50 %	NS
Sí, vagamente	2.8 %	41.7 %	55.6 %	NS
Sí, seriamente	6.4 %	38.3 %	55.3 %	NS
Sí, firme propósito	2.7 %	43.2 %	54,1 %	NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$

Fuente: elaboración propia.

La relación de las licenciaturas objeto de estudio en la tabla 4.12 revela igualdad entre hombres y mujeres.

Tabla 4.12 Intención emprendedora del estudiante según su sexo			
VARIABLES	HOMBRE	MUJER	SIG.
No, nunca	33.3 %	67.3 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	0 %	100 %	NS
Sí, vagamente	58.3 %	41.7 %	NS
Sí, seriamente	55.3 %	44.7 %	NS
Sí, firme propósito	48.6 %	51.4 %	NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 4.13 no se muestran diferencias estadísticamente significativas entre los estudiantes que tienen intención o no de emprender, que viven en una pequeña ciudad y un pueblo o comunidad.

Tabla 4.13 Intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida				
VARIABLES	Gran ciudad	Pequeña ciudad	Pueblo o comunidad	Sig.
No, nunca	0 %	16.7 %	83.3 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	0 %	0 %	100 %	NS
Sí, vagamente	0 %	27.8 %	72.2 %	NS
Sí, seriamente	0 %	6.4 %	93.6 %	NS
Sí, firme propósito	0 %	16.2 %	83.8 %	NS

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 4.14 se devela que existen diferencias estadísticamente significativas entre la intención emprendedora de estudiantes de la LC y la LIA y según para lo que se prepara académicamente.

Tabla 4.14 Intención emprendedora del estudiante según para lo que se prepara académicamente						
VARIABLES	1	2	3	4	5	Sig.
Ser profesor	14.3	0	28.6	42.9	14.3	***
Ser empleado (empresa privada)	13.0	4.3	56.5	26.1	0	***
Ser burócrata (dependencia gubernamental)	3.19	1.86	2.57	3.19	2.61	***
Ser director de una empresa	3.19	1.86	2.57	3.19	2.61	***
Ser empresario (emprender un negocio)	3.19	1.86	2.57	3.19	2.61	***
Otro	3.19	1.86	2.57	3.19	2.61	***

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

Fuente: elaboración propia.

Para las tablas 4.15 a 4.17 se corrió un ANOVA, analizando la relación entre intención emprendedora y creencias positivas y negativas, la influencia social y las capacidades y habilidades; la cuales se engloban en diversos grupos de variables. Así en la tabla 4.15 se observa que recompensas económicas, recompensas personales, seguridad personal y familiar, invertir y conseguir un patrimonio personal y temor a fracasar y quedar en ridículo muestran diferencias estadísticamente significativas.

**Tabla 4.15**  
**Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las creencias positivas y negativas<sup>a</sup>**

Variables	1	2	3	4	5	Sig.
Recompensas económicas	3.17	2.50	3.75	3.70	4.35	***
Independencia/autonomía	3.50	4.00	3.94	3.83	4.41	NS
Recompensas personales	3.33	4.00	3.97	3.87	4.49	**
Seguridad familiar y personal	3.67	4.00	4.19	3.83	4.57	**
Invertir y conseguir un patrimonio personal	3.17	4.00	4.11	3.96	4.73	***
Riesgo económico	3.00	4.00	3.42	3.13	3.49	NS
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	3.33	4.00	2.89	2.94	3.41	NS
Temor a fracasar y quedar en ridículo	3.33	2.50	3.11	2.51	2.16	**
Reparos financieros (falta de capital inicial)	3.50	4.00	3.42	3.17	3.54	NS
Cargas fiscales	2.67	2.50	3.36	2.87	3.05	NS
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.	3.00	4.00	3.42	3.15	2.89	NS

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 4.16 se establece que la influencia de la familia, amigos y el propio país en la creencia de emprender respecto a otra profesión o actividad resultan ser significativas.

**Tabla 4.16**  
**Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según la influencia social<sup>a</sup>**

Variables	1	2	3	4	5	Sig.
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	3.00	4.50	3.58	3.49	4.00	*
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	3.17	4.50	3.33	3.13	3.76	*
Compañeros valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	3.17	4.50	3.28	3.19	3.38	NS
Cultura de mi país es muy favorable hacia actividad emprendedora	3.33	4.50	3.47	3.28	3.62	NS
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	3.33	4.50	3.42	3.15	3.59	NS
En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor	3.00	3.00	3.22	3.13	3.38	NS
En mi país, se considera que la actividad emprendedora merece la pena, a pesar de los riesgos	3.00	4.50	3.25	3.47	3.89	**
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.	2.83	2.50	2.89	3.04	3.11	NS

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

Por último, la tabla 4.17 muestra que las variables contenidas en el grupo de capacidades y habilidades y la intención de emprender de los estudiantes de la LC y la LIA muestra diferencias estadísticamente significativas, excepto para la que corresponde a trabajar bajo estrés continuo, presión y conflicto.

Tabla 4.17 Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento						
VARIABLES	1	2	3	4	5	Sig.
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	3.50	4.50	3.75	3.79	4.43	***
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	3.00	4.50	3.75	3.83	4.19	**
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	3.00	4.50	3.89	3.83	4.19	**
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	2.83	4.50	3.94	3.85	4.27	**
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	3.17	4.50	3.97	3.66	4.16	**
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	3.00	4.50	3.89	3.77	4.27	**
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	3.00	4.50	3.81	3.72	4.30	**
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo.	3.17	4.50	3.22	3.57	3.54	NS

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar; 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

Una vez que se han detallado los resultados de la investigación se procede a establecer las conclusiones de esta.

#### 4.5. Conclusiones

La mayoría de los análisis entre variables estudiadas, resultaron no tener diferencias significativas entre los grupos, esto puede estar influido por las similitudes en el origen, formación y expectativas laborales de los participantes en el estudio. Se identifica que los estudiantes de las licenciaturas en Contaduría e Informática Administrativa del Centro Universitario UAEMex Temascaltepec tienen intención de emprender, sin embargo, el contexto en que se desarrollan puede limitar sus aspiraciones de llevar a cabo sus proyectos empresariales.

De acuerdo con Cáceres y Cohene (2010), la Universidad proporciona a sus estudiantes los conocimientos y herramientas necesarias para iniciar sus propias empresas, en concordancia con ello, si bien el Centro Universitario, a través del área de Desarrollo Empresarial fomenta y promueve la participación de los estudiantes en actividades relacionadas con el emprendimiento como una alternativa real al egresar de sus respectivas licenciaturas, la intención emprendedora no está presente con la fuerza que se espera en egresados de carreras en ciencias económico administrativas, esto se puede explicar por el fenómeno estudiado por Medina y colaboradores (2014), que observan que la intención emprendedora del estudiante universitario se multiplica por seis a los cinco años de haber finalizado los estudios. Esto implica que futuros estudios deberán considerar el seguimiento de egresados para obtener datos longitudinales que permitan analizar la evolución del fenómeno en estudio.

Aunado al alcance temporal, en futuras investigaciones deberán considerarse disciplinas diferentes, ya que si bien LCN y LIA son las licenciaturas con mayor carga de unidades de aprendizaje que promueven el espíritu emprendedor, en el CUT se ofrecen otras licenciaturas también que han incorporado en sus planes de estudio unidades de aprendizaje de ésta índole, tal es el caso de la Licenciatura de Ingeniero Agrónomo Zootecnista, Derecho y Turismo, en las que se imparten asignaturas relacionadas con el desarrollo de emprendedores, formulación y evaluación de proyectos entre otras unidades de aprendizaje de temáticas relacionadas con las ciencias económico y administrativas. Abrir la gama de disciplinas es concordante con los estudios que indican que la intención emprendedora es inherente a la formación universitaria de diferentes áreas del conocimiento (Liñán y Fayolle, 2015).

Finalmente, si bien existen numerosos estudios sobre la intención emprendedora en estudiantes universitarios, estos se han dedicado a estudiantes en activo, próximos a egresar o recién egresados, y son escasos aquellos que analizan la evolución de este fenómeno en universitarios egresados después de varios años (Medina, Bolívar y Lemes, 2014), por lo que las futuras investigaciones deberán indagar al respecto, a fin de tener un mejor panorama del verdadero impacto de la formación universitaria sobre la intención emprendedora.

#### 4.6. Referencias

- Ács, Z. J., Szerb, L., y Lloyd, A. (2018). *Global Entrepreneurship*. Washington, D.C.: Global Entrepreneurship and Development Institute.
- Alvarado, O., y Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración, Universidad del Valle*, 27(45), 61-74.
- AMWAY. (2018). *Global Entrepreneurship Report*. Michigan: AMWAY.
- Aroca, M., Domínguez, C., Quizhpe, V., y Edgar. (2016). El mercado de trabajo y emprendimiento desde una perspectiva de género. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*.
- Bell, J., Dearman, D., y Wilbanks, J. (2015). Evaluating the effects of a problem-based learning business planning course on student entrepreneurial intentions. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(1), 169-182.
- Cáceres, C. M., y Cohene, M. L. (2010). Actitud emprendedora de los estudiantes del último año de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa año 2010. *FACEA-UNI*, 1-8.
- Callejón, M., y Castany, L. (2008). Iniciativa emprendedora, innovación y competitividad. *El papel de los emprendedores en la economía*(841), 7-28.
- CONACYT. (12 de Junio de 2018). *Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología*. Obtenido de [http://svrtmp.main.conacyt.mx/ConsultasPNPC/PADRON%20PNPC\\_DESPLEGABLE.php](http://svrtmp.main.conacyt.mx/ConsultasPNPC/PADRON%20PNPC_DESPLEGABLE.php)
- CUT. (2017). *Instrumento para la reacreditación de la Licenciatura en Contaduría*. Temascaltepec.
- CUT. (2018). *Participación de estudiantes en el Concurso del Universitario Emprendedor*. Temascaltepec.
- De Hoyos, R., Halssey, R., y Székely, M. (2016). *Nini's en America Latina. 20 millones de jóvenes en busca de oportunidades*. Washington D.C.: Grupo Banco Mundial.
- Díaz, C., Sáez, F., y Jiménez, J. (2015). Evaluación del impacto del programa educativo "Emprendedores" en la intención emprendedora de los participantes. *Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3).
- Doing Business. (2017). *Doing Business 2018: Reformando para la Creación de Empleos*. Banco Mundial. Obtenido de <http://espanol.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2018>
- 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.
- Eduniversal. (2017). *Business School Rankings*. Obtenido de Business School Rankings in Mexico: <http://www.eduniversal-ranking.com/business-school-university-ranking-in-mexico.html>
- Espíritu, R. O., y Sastre, M. Á. (2011). Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid. Madrid, España.
- INEGI. (2015). *Esperanza de vida de los negocios*. Aguascalientes: INEGI.
- INEGI. (2016 a). *Estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país*. Aguascalientes: INEGI.
- INEGI. (2016 b). *Hombres y Mujeres en México*. Aguascalientes: INEGI.

- Liñán, F., y Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Medina, P., Bolívar, A., y Lemes, M. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESS. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época.*(2), 63-80.
- Observatorio de Emprendimiento Universitario. (2016). *Perfil emprendedor el estudiante universitario*. Madrid: Red Emprendia.
- Ortegón, M., y Cardozo, G. (2016). Importancia del emprendimiento en la formación integral del ingeniero en México. *Revista Electrónica ANFEI digital*, 2(5), 1-8. Obtenido de [www.anfei.org.mx/revista/index.php/revista/article/download/296/939](http://www.anfei.org.mx/revista/index.php/revista/article/download/296/939)
- Pereira, N. (2012). *Una ventanilla única para la empleabilidad, el empleo y el emprendedurismo d elas personas jóvenes*. San José, Costa Rica: Fondo para el logro de los ODM.
- UAEMex. (2003). *Proyecto curricular contaduría*. Toluca: UAEMex.
- UAEMex. (2017a). *Agenda Estadística* . Toluca.
- UAEMex. (2017b). *Plan Rector de Desarrollo Institucional 2017-2021*. Toluca: Litho Kolor S.A. de C.V.
- UAEMex. (2018). *Proyecto curricular Contaduría*. Toluca: UAEMex.
- Valencia, A., Montoya, I., y Montoya, L. (2015). Factores explicativos de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Espacios*, 36(5), 1-15.
- Zubillaga, A. (2015). El emprendimiento como elemento de formación universitaria: en busca de nuevas propuestas. *Creatividad y Sociedad*(23), 182-199.

## **CAPÍTULO 5**

# **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO (CENTRO UNIVERSITARIO ATLACOMULCO)**

Zugaide Escamilla Salazar<sup>16</sup>  
Jessica Onofre Sánchez<sup>17</sup>  
Fidencio Ochoa Flores<sup>18</sup>  
Carlos Alberto Baltazar Vilchis<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup>Profesora-Investigadora, Centro Universitario UAEM Atlacomulco. Área administración e-mail: [zugaidees@hotmail.com](mailto:zugaidees@hotmail.com)

<sup>17</sup> Lic. Administración, Centro Universitario UAEM Atlacomulco. e-mail: [jessi\\_akedu@hotmail.com](mailto:jessi_akedu@hotmail.com)

<sup>18</sup>Profesor-Investigador, Centro Universitario UAEM Atlacomulco. Área administración e-mail: [fochoaf@uaemex.mx](mailto:fochoaf@uaemex.mx)

<sup>19</sup>Profesor-Investigador, Centro Universitario UAEM Atlacomulco. Área Informática Administrativa. e-mail: [cabvman@outlook.com](mailto:cabvman@outlook.com)

## **5.1. Introducción**

Adentrarse en el ámbito de la intención emprendedora, es hacer énfasis en los estudios que se han hecho para formular enfoques o teorías que traten de explicar y enriquecer, así como poder comprender la importancia dentro del fenómeno de creación empresarial, pero resulta más interesante el acercamiento a emprendedores potenciales, tal como lo son los estudiantes universitarios, que actualmente son el objeto de estudio de varias investigaciones.

Ciertamente la creación de empresas genera innovación, desarrollo y empleos en las regiones y países, es por tal situación que gobiernos y academia ha inclinado sus esfuerzos por fomentar la actividad empresarial, de hecho, Shapero (1981), argumentó que el factor determinante en el desarrollo económico de una sociedad no es el tamaño del empresariado o el volumen existente de empresarios en un territorio en un momento determinado, sino, el nivel de potencial empresarial o potencial para aumentar la actividad emprendedora, sumando a esto que las pequeñas y medianas empresas son una de las fuentes de crecimiento económico y no sólo en el país.

Es por este motivo que el Centro Universitario Atlacomulco, de la Universidad Autónoma del estado de México, al igual que otras universidades en el país realiza estrategias que fomenten la conducta empresarial en los jóvenes universitarios, conscientes de la importancia que tiene el empoderar a los jóvenes de conocimientos y estrategias sobre el proceso emprendedor para la puesta en marcha de un negocio.

Por tanto, el objetivo del presente trabajo fue analizar la intención emprendedora de los estudiantes del centro universitario Atlacomulco de la Licenciatura en Administración, Licenciatura en Contaduría y Licenciatura en Informática Administrativa y la relación que existe con algunas variables que han sido abordadas en el campo de emprendimiento, las cuales resultan predictoras de la conducta empresarial.

## **5.2. Marco contextual de la institución**

La mayor parte de los estudios que analizan la intención emprendedora en estudiantes universitarios son de origen europeo, siendo México un país que tiene poca información al respecto, aunque es importante mencionar las contribuciones de Espíritu (2011), con sus estudios de

intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de rasgos de personalidad, la cual despierta el interés por hablar sobre la importancia de la educación empresarial de los estudiantes.

Si se habla de educación empresarial, podemos remitirnos al papel que juegan las instituciones educativas de nivel superior en México y específicamente en el Estado de México, para fomentar y estimular la intención emprendedora. De acuerdo con la encuesta Nacional de ocupación y empleo de INEGI 2010, la población de 18 años y más con nivel profesional en México creció el 51.7 por ciento en cinco años (2005-2010), además el porcentaje de población ocupada como profesionales y técnicos es de un 17.21 por ciento, lo que equivale a un -0.37 por ciento con base al año 2005. En el Estado de México, específicamente en Atlacomulco, aumentó en un 81 por ciento la población de 18 años y más con nivel profesional respecto al año 2005.

Dentro de este marco debe considerarse el estudio de Olivares (2012), donde da a conocer que más de la tercera parte de los desempleados en México son profesionistas, donde en un periodo de 2010 a 2011 la tasa de desempleo subió de 9.7 a 10 por ciento y a escala regional, la tasa de desempleo juvenil representa el doble de los niveles generales, lo que lleva a pensar que el estudio no garantiza obtener trabajo y que cada vez son mayores los retos a los que se enfrenta un profesionista recién egresado, como la falta de oportunidades de empleo, una razón más para estimular la intención emprendedora en los estudiantes universitarios.

Cada día va en aumento la preocupación por hacerle frente al desempleo, en esta línea la Universidad Autónoma del Estado de México ya ha comenzado a actuar, a través de la implementación de unidades de aprendizaje que fomenten la intención emprendedora a los Programas de estudio.

Al respecto conviene decir que estos programas de estudio tienen algunas unidades de aprendizaje referentes a la gestión empresarial y no a la creación empresarial, dado que en la estructura de los planes de estudios se tiene ese objetivo y por consecuencia la formación profesional recibida no los capacita para ser empresarios (Leiva, 2004 citado en Espíritu y Castillo et al., 2007).

El Estado de México es la entidad más poblada del país y cuyo producto interno bruto sólo es superado por el que se genera en el Distrito Federal; en el contexto la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex) cubre aproximadamente el 15 por ciento de la demanda educativa a nivel licenciatura, de cuya matrícula, alrededor del 54 por ciento se encuentra inscrita en alguna

carrera de la disciplina social o económico administrativa, siendo la Facultad de Contaduría y Administración una de las más demandadas.

El Centro Universitario Atlacomulco, que pertenece a la Universidad del Estado de México, abrió sus puertas el 17 de septiembre de 1984, para aquel entonces se le denominaba unidad académica profesional, con las licenciaturas de administración de empresas, contador público y ciclos básicos de ingeniería y química. La matrícula con la que se contó en los inicios de las actividades fue de 250 y actualmente se cuenta con 1226, cabe destacar que en la actualidad se ofertan seis carreras, siendo estas, ingeniería en computación, psicología, licenciatura en derecho, informática administrativa, licenciatura en contaduría, licenciatura en administración (Chimal s.f.).

### 5.3. Revisión de la literatura

Profundizar en el conocimiento de la intención emprendedora, es hacer énfasis en los estudios que se han hecho para formular enfoques o teorías que traten de explicar y enriquecer el constructo, así como poder comprender la importancia en el ámbito del fenómeno de creación empresarial. Los primeros estudios acerca de la figura del emprendedor se ubican en el año de 1755 con los supuestos de Richard Cantillon, sin embargo, es importante mencionar que la literatura señala que quien inspiró el estudio del emprendedor desde las ciencias sociales fue Mc Clelland (1961); se dice que la perspectiva psicológica fue el primer acercamiento con los emprendedores de la época (Espíritu y Sastre, 2011, Quevedo, Izar y Romo, 2010).

Siguiendo este orden de ideas, alrededor de 1775 Cantillon (1680 y 1734) fue quien introdujo el término *entrepreneur* y el primero en considerarlo dentro de la economía teniendo como función crear empresa o poner en marcha la actividad empresarial. Posteriormente Say (1767-1832) utiliza el término *entrepreneur* dentro de sus obras, quien combina la tierra, trabajo y capital en las empresas y que tiene juicio, perseverancia, un gran conocimiento del mundo y del negocio y posee el arte de la supervivencia y la administración. Para finalizar con los estudiosos clásicos Mill (1806-1873) enfatizó la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico y expresó que el desarrollo del *entrepreneurship* requiere habilidades no comunes.

Por otra parte se puede hacer mención de los economistas neoclásicos más representativos de la teoría del emprendedor: Thünen (1783-1850), quien hace una relación entre el emprendedor y el beneficio, sobre la base del riesgo y el ingenio; a mediados del siglo XIX, Mangoldt (1824-1868)

ofreció una teoría de la ganancia del emprendedor, entendida como la renta de la capacidad emprendedora o el talento especial; por otra parte Clark (1847-1938) describió al emprendedor como el coordinador de la actividad económica y fue el primero en relacionar los beneficios del empresario con la introducción de adelantos tecnológicos, comerciales y organizativos en el proceso económico.

Por su parte, Marshall (1842-1924) formuló que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa, reconoció que se pueden aprender y adquirir las habilidades de un emprendedor; Knight (1885-1972) introdujo la noción del juicio para los negocios para interrelacionar los beneficios y la empresa con la existencia de la incertidumbre, así ve en el empresario a la persona que toma a su cargo los riesgos no asegurables de la producción desarrollando una teoría dinámica del beneficio empresarial, y haciendo énfasis en que los emprendedores no se hacen, sino que nacen.

Así mismo, a Shumpeter (1883-1950) quien considera que la función del empresario es lograr realizaciones, se le atribuye el concepto moderno de lo que actualmente se conoce como emprendedor, caracterizándolo como una persona con talento especial y la necesidad de logro como uno de sus principales valores (Tarapuez y Botero, 2007).

Bien pareciera por todo lo anterior que el concepto de emprendedor en la época de los clásicos y neoclásicos se enfocaba a la función empresarial, a las funciones y resultados. En la actualidad ya no basta con conocer las funciones del emprendedor, sino entenderlo para poder converger en la creación empresarial, por ello algunos investigadores del fenómeno de creación empresarial están centrando su atención en los rasgos de personalidad que influyen en la intención emprendedora.

Partiendo de algunos estudios psicológicos acerca de la intención emprendedora; por ejemplo, los estudios de Arias, Cadavid, Echeverría y Awad (2007), se puede visualizar que las intenciones son el mejor predictor de las conductas planeadas, que marcan la pauta entre una simple decisión y la acción.

Por tanto, las “intenciones” son un aspecto central para comprender el proceso de emprender y pueden ser concebidas como el primer paso de la creación de una nueva empresa (Bygrave, 1989). La existencia de modelos que sugieren las intenciones como punto de partida para el emprendedurismo tales como la teoría de la conducta planificada de Ajzen (1991), el modelo de la

conducta empresarial de Shapero y Sokol (1982), posteriormente, el modelo de Krueger y Brazeal (1994), éstos últimos autores amplían su modelo retomando los argumentos de los dos modelos anteriores.

Estos modelos coinciden al considerar que factores ambientales, la formación y la experiencia influyen sobre las habilidades o sobre los atributos personales, así como que estos y los factores ambientales inciden sobre las intenciones y, a través de éstas, sobre el comportamiento empresarial (Herron y Robinson, 1993).

La raíz teórica de las intenciones se remonta a la teoría de la acción razonada de Fishbein y Ajzen (1975), dicha teoría argumenta que el comportamiento de un individuo está determinado por las intenciones, las cuales a su vez están condicionadas por la actitud y la opinión de las personas que integran el entorno social del individuo, posteriormente se realizaron más estudios por estos autores, señalando que dichas intenciones son de carácter subjetivo o normas subjetivas (Fishbein y Ajzen, 1975; Ajzen y Fishbein, 1980; Ajzen, 1987). Posteriormente, Ajzen se percata de algunas cuestiones que han quedado en el aire como la relación que existía entre la conducta llevada a cabo y el hecho de que las personas tuvieran o no control completo de su propia voluntad, debido a esto, el autor revisa la teoría de la acción razonada, incluyendo un nuevo condicionante de la intención, el “control percibido” que refleja la percepción del individuo sobre su propia capacidad de influir en el resultado.

Con esta revisión nace la teoría de conducta planificada de Ajzen (1991) la cual predice y explica el comportamiento humano, además de analizar la intención del individuo para llevar a cabo una conducta en particular (Krueger et al., 2000), de acuerdo con la teoría de la conducta planificada, la actitud hacia la conducta se refiere a la evaluación favorable o desfavorable que hacemos de un comportamiento en particular. La Teoría postula que el comportamiento es una función de las creencias relevantes que se asocian con dicha conducta. Estas creencias son consideradas las determinantes de las actitudes, las intenciones y la conducta de la persona tal y como se observa en la figura 5.1.

**Figura 5.1** Teoría de conducta planificada



**Fuente:** Ajzen, (1991)

El modelo de evento empresarial de Shapero se enfoca en como el entorno social y cultural afecta la decisión de asumir una carrera empresarial. Este autor, plantea que la intención de crear una empresa depende de las percepciones analizando las variables tales como la familia, los colegas, grupo étnico, el contexto educativo y profesional, también hace énfasis en que la percepción de la disponibilidad de otros tipos de apoyo, tales como, la asesoría, la consultoría y la educación hacen que el acto de creación de una nueva empresa sea viable para el empresario potencial (Shapero y Sokol, 1982).

Shapero introduce el concepto de “desplazamiento” como el cambio de rumbo que se produce y que motiva el posible nacimiento de un nuevo emprendedor. Este cambio de actitud de una persona se puede producir por desplazamientos positivos o negativos, que predisponen al individuo a la creación de su empresa, según estos autores es mucho más probable que los individuos constituyan sus empresas bajo un acontecimiento negativo que positivo.

Sin embargo, los autores señalan la importancia de dos percepciones relevantes en el desplazamiento que influyen en la creación de la empresa; "la deseabilidad" y "la viabilidad" que el individuo presenta. Estas dos percepciones son producto del entorno, cultural y social y determinan qué acciones o comportamientos serán considerados y finalmente adoptados por el individuo, se dice que el deseo y la viabilidad actúan de manera recíproca.

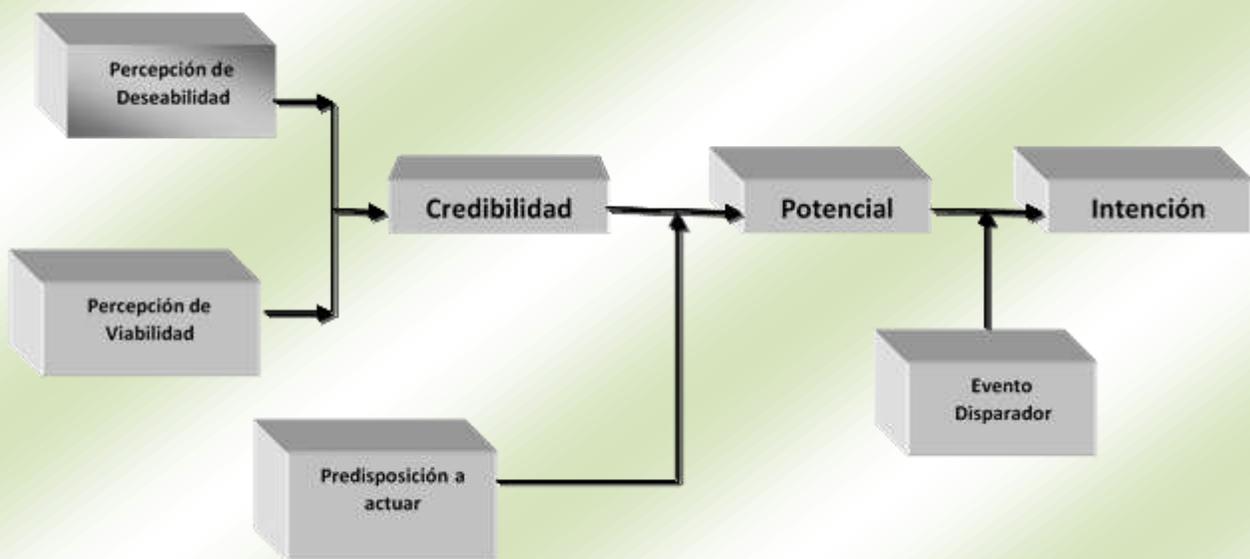
El deseo de hacer algo según el autor se percibe de círculos sociales, la familia, grupos étnicos, entorno educativo y profesional de los empresarios potenciales, de estos grupos se obtiene información que impacta el deseo de formar una empresa. En cuanto a la percepción sobre la viabilidad, Shapero señala la importancia de la habilidad del individuo para identificar y conseguir los recursos necesarios para la creación de su empresa.

El autor subraya que la percepción sobre la disponibilidad de recursos o apoyo financiero puede hacer que el empresario potencial perciba como más viable la creación de una empresa propia, haciendo más factible este suceso. Existen muchos tipos de organismos gubernamentales que proporcionan apoyo a la constitución de nuevas empresas, incluyendo asesoramiento, consulta y

apoyo financiero que hacen que la creación de una empresa sea más factible para el empresario potencial (Shapero y Sokol, 1982).

Como se mencionó más arriba, el modelo de Krueger y Brazeal (1994) se apoya en la Teoría de la conducta empresarial de Shapero y Sokol, (1982) y la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991). Particularmente el modelo de Krueger y Brazeal se centra en el análisis de la percepción del deseo y de la viabilidad como origen de la intención de crear una empresa, los autores trabajan sobre la idea de que los emprendedores poseen una manera de pensar que enfatiza las oportunidades percibidas sobre las amenazas, siendo este proceso de identificación de oportunidades un proceso intencional, tal y como se muestra en la figura 5.2.

**Figura 5.2** Modelo de Potencial Empresarial



**Fuente:** Krueger y Brazeal, (1994)

Los autores argumentan que cuando existe un individuo con un potencial empresarial significativo, no es necesario que tenga intención de hacerlo realidad, basta con que se produzca algún suceso que desencadene el proceso de creación llamado por Shapero “desplazamiento” y la identificación de una oportunidad empresarial en forma de necesidad real a satisfacer en el mercado influirán ambas en la intención final de crear una empresa propia.

Es por esto que la academia de investigadores pone énfasis en estudios sobre dicha temática centrándose en alumnos, ya que los alumnos resultan ser “emprendedores en potencia”. Sin embargo, la revisión de la literatura, permite detectar que la mayor parte de estos estudios enfocados a estudiantes universitarios, son europeos y lamentablemente en México aún sigue siendo un campo en espera de más investigadores, sin embargo entre las investigaciones que se detectaron sobre la intención emprendedora en estudiantes universitarios en el país, se encuentra Espíritu y Zacarías (2012), Espíritu (2011), Espíritu y Castillo (2007), López (2008), Martínez, Carrillo, Escamilla y Caldera (2011), dichas investigaciones son un marco de referencia para comenzar a incursionar en el ámbito de la intención emprendedora en estudiantes universitarios, mediante el análisis de los rasgos de personalidad como necesidad de logro, locus de control interno y propensión al riesgo, así como su relación con factores sociodemográficos, cabe mencionar que estas dos últimas investigaciones no estudian a los estudiantes universitarios, sin embargo sí incluyen la intención emprendedora en México.

En este contexto, es indiscutible que la creación de empresas genera innovación, desarrollo y la generación de empleos en las regiones y países, es por tal situación que gobiernos y academia ha inclinado sus esfuerzos por fomentar la actividad empresarial, de hecho, Shapero (1981), argumento que el factor determinante en el desarrollo económico de una sociedad no es el tamaño del empresariado o el volumen existente de empresarios en un territorio en un momento determinado, sino, el nivel de potencial empresarial o potencial para aumentar la actividad emprendedora.

Así mismo, la mayor parte de los estudios que analizan la intención emprendedora en estudiantes universitarios son de origen europeo, siendo México un país que tiene poca información al respecto, aunque es importante mencionar las contribuciones de Espíritu y Zacarías (2012), con sus estudios de intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de rasgos de personalidad, la cual despierta el interés por hablar sobre la importancia de la educación empresarial de los estudiantes.

Si se habla de educación empresarial, se puede remitir al papel que juegan las instituciones educativas de nivel superior en México y específicamente en el Estado de México, para fomentar y estimular la intención emprendedora. De acuerdo con la encuesta Nacional de ocupación y empleo de INEGI 2010, la población de 18 años y más con nivel profesional en México creció el 51.7 por ciento en cinco años (2005-2010), además el porcentaje de población ocupada como

profesionales y técnicos es de un 17.21 por ciento, lo que equivale a un -0.37 por ciento con base al año 2005. En el Estado de México, específicamente en Atlacomulco, aumentó en un 81 por ciento la población de 18 años y más con nivel profesional respecto al año 2005.

Dentro de este marco debe considerarse el estudio de Olivares (2012), donde da a conocer que más de la tercera parte de los desempleados en México son profesionistas, donde en un periodo de 2010 a 2011 la tasa de desempleo subió de 9.7 a 10 por ciento y a escala regional, la tasa de desempleo juvenil representa el doble de los niveles generales, lo que lleva a pensar que el estudio no garantiza obtener trabajo y que cada vez son mayores los retos a los que se enfrenta un profesionista recién egresado, como la falta de oportunidades de empleo, una razón más para estimular la intención emprendedora en los estudiantes universitarios.

Al respecto conviene decir que estos programas de estudio tienen algunas unidades de aprendizaje referentes a la gestión empresarial y no a la creación empresarial, dado que en la estructura de los planes de estudios se tiene ese objetivo y por consecuencia la formación profesional recibida no los capacita para ser empresarios (Leiva, 2004 citado en Espíritu y Castillo, 2007).

Es interesante que a pesar de tener una formación para administrar una empresa no sea esto una causal de creación empresarial, entonces podrían ser los rasgos de personalidad los que determinen la intención emprendedora, lo cual se fundamenta en las ideas de Knight (1885- 1972), quien manifiesta que un emprendedor no se hace sino que nace.

### **La intención como factor explicativo**

Es significativa la importancia que tiene una decisión voluntaria, vinculada a la intención de iniciar un proyecto empresarial, así las intenciones son un factor explicativo de la creación de empresas. Autores como Veciana (2005), Liñan y Rodríguez-Cohard (2005) y Díaz (2007), consideran el modelo de Krueger y Brazeal (1994), como el enfoque más adecuado para describir la intención emprendedora, basándose en dos modelos de estudio de las intenciones: La Teoría del suceso empresarial de Shapero y Sokol (1982), y la Teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), citados en Espíritu et al. (2007).

Shapero argumenta que el potencial emprendedor de un sujeto depende de su percepción de deseabilidad y viabilidad del proyecto, así como de su predisposición hacia dicha conducta emprendedora, por otra parte, Ajzen considera que la intención es clave en la determinación de

cualquier comportamiento planificado, como la puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial (Espíritu et. al., 2007), tal y como se presenta en la tabla 5.1.

<b>Tabla 5.1</b> <b>Correspondencias entre el Modelo de Shapero y Sokol y el Modelo del Comportamiento Planificado de Ajzen</b>	
Modelo de Shapero y Sokol	Teoría de Ajzen
Percepción de deseabilidad	Actitud hacia el comportamiento Normas subjetivas
Percepción de viabilidad	Control percibido
<b>Fuente:</b> Veciana (2005)	

La tabla anterior muestra la posibilidad de hacer corresponder los elementos de ambos modelos, los cuales permitieron a Krueger y Brazeal elaborar un modelo del potencial emprendedor, dependiendo así la intención emprendedora de los factores de:

- a) La deseabilidad percibida: Es lo atractivo que resulte para la persona poner en marcha un negocio, donde influyen factores de personalidad, el entorno cultural, normas sociales percibidas, personas o grupos de referencia y deseabilidad social.
- b) La viabilidad percibida: Corresponde al grado en que la persona se siente capaz de llevar a cabo la iniciativa empresarial, derivada del control interno, de la percepción de la propia capacidad, conocimientos necesarios, experiencias de familiares o amigos, recursos financieros.

#### **5.4. Análisis de los resultados**

El procedimiento de análisis de los resultados consistió en un análisis univariante<sup>20</sup> y posteriormente un análisis bivariante<sup>21</sup>, que incluye tablas de contingencia<sup>22</sup> con base en la prueba Chi-Cuadrado<sup>23</sup> a fin de detectar si algunas variables tienen relación entre ellas.

Cabe destacar que antes del procedimiento de análisis e interpretación de los resultados, el método para la recolección de los datos se planteó en función de las áreas económicas – administrativas con las que el Centro Universitario UAEMex Atlacomulco cuenta, es decir, siendo estas la Licenciatura en Administración, la Licenciatura en Contaduría y la Licenciatura en Informática administrativa. Se aplicó una muestra no probabilística direccionada<sup>24</sup>, a las tres licenciaturas seleccionadas quienes contaron con una plantilla de 509 alumnos, en el semestre 2016 B, trabajando finalmente con una muestra de 142 estudiantes<sup>25</sup>. Así mismo, se obtuvo un índice de fiabilidad alfa de Cronbach de .956 para 28 ítems correspondientes a la intención emprendedora.

En las tablas 5.1 a la 5.10 se muestran los resultados obtenidos para cada una de las variables consideradas de este estudio.

La tabla 5.1 muestra que en las tres carreras el porcentaje de mujeres es mayor frente al porcentaje de los hombres, así mismo, al realizar el cruce de la variable programa educativo y sexo de los estudiantes, se detecta que no existe ninguna relación significativa entre ambas variables, esto es dado por la chi -cuadrada que es de 0.195.

---

<sup>20</sup> El análisis univariante incluye análisis de distribuciones de una sola variable (Kerlinger y Lee, 2006; Hair, Anderson, Tatham y Black, 2008)

<sup>21</sup> El análisis bivariante, incluye dos variables (Kerlinger y Lee, 2006; Hair, et. al 2008).

<sup>22</sup> Análisis de variables cruzada, estudia la asociación entre dichas variables.

<sup>23</sup> La prueba Chi-Cuadrada se aplica para contrastar la hipótesis nula,  $H_0$ =las variables “x” y “y” son independientes. Si a significación asociada a este estadístico es menor o igual a 0.05 se rechaza la hipótesis de independencia.

<sup>24</sup> La muestra utilizada para esta investigación es no probabilística intencional que de acuerdo con Pérez (2008), el investigador utiliza su criterio para seleccionar los sujetos que formarán parte de su investigación.

<sup>25</sup> Sin distinción de género, se invitó a todos los alumnos que pertenecen a las tres licenciaturas consideradas en el presente trabajo y, que aún estaban en procesos finales de terminación de semestre ya que debido a la fecha de aplicación del cuestionario, el semestre 2017B estaba concluyendo y muchos grupos ya no acudían a las aulas del Centro Universitario con regularidad. Por tanto, se les invitó a acudir al centro de cómputo donde se colocó la liga para acceder al cuestionario y que pudieran responderlo.

<b>Tabla 5.1</b>			
<b>Programa educativo con respecto al sexo del estudiante</b>			
<b>Variables</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Sig.</b>
Licenciatura en Administración	26.5 %	73.5%	.196***
Licenciatura en Contaduría	43.8%	56.3 %	
Licenciatura en Informática Administrativa	39.5%	60.5%	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 5.2, muestra que los alumnos de las tres carreras del centro Universitario UAEMex Atlacomulco son de nacionalidad mexicana.

<b>Tabla 5.2</b>		
<b>Programa educativo con respecto a la nacionalidad del estudiante</b>		
<b>Variables</b>	<b>Mexicana</b>	<b>Extranjera</b>
Licenciatura en Administración	100 %	0 %
Licenciatura en Contaduría	100 %	0 %
Licenciatura en Informática Administrativa	100 %	0 %

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

La tabla 5.3, muestra que los alumnos de administración que respondieron en un porcentaje más elevado que son de reciente ingreso, los alumnos de la licenciatura en contaduría se encuentran a mitad de la carrera y, los alumnos de informática administrativa el porcentaje se centra, también en a mitad de carrera. Así mismo, al realizar el cruce de las variables situación actual y programa educativo, se muestra una relación significativa entre ambas variables, resultado proporcionado por la chi-cuadrada que es menor a 0.05.

<b>Tabla 5.3</b>				
<b>Situación en la que se encuentra actualmente cursando el estudiante de acuerdo con el programa educativo</b>				
<b>Variables</b>	<b>Reciente ingreso</b>	<b>A mitad de carrera</b>	<b>Próximo a egresar</b>	<b>Sig.</b>
Licenciatura en Administración	48.2 %	26.5 %	25.3 %	0.00**
Licenciatura en Contaduría	18.8 %	43.8 %	37.5 %	
Licenciatura en Informática Administrativa	4.7 %	62.8 %	32.6 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

En tabla 5.4., se observa que de las tres preguntas que integran el entorno emprendedor, la que corresponde a *amistades emprendiendo un negocio*, resultado significativa al .019, así mismo la licenciatura en administración y la licenciatura en contaduría resaltan en porcentaje de respuesta a dicha pregunta.

<b>Tabla 5.4</b>				
<b>Entorno emprendedor del estudiante según el programa educativo que cursa</b>				
<b>Variables</b>	<b>Lic. en Administración</b>	<b>Lic. En Contaduría</b>	<b>Lic. en Informática Administrativa.</b>	<b>Sig.</b>
¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio?	57.8 %	56.3 %	42.2 %	.337***2
¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio?	56.6 %	18.8 %	46.5 %	.019**
¿Ha sido o es propietario de algún negocio?	13.3 %	0 %	16.3 %	.240***

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 5.5. Muestra la intención emprendedora del estudiante de acuerdo al programa educativo que cursa, la categoría de respuesta vagamente cuenta con un porcentaje alto en la licenciatura en contaduría, con respecto a la categoría de respuesta seriamente la licenciatura en informática y la licenciatura en administración cuenta con los porcentajes más altos, la categoría firme propósito resulta similar en porcentaje de respuesta en las tres licenciaturas. Los resultados del cruce de las variables resultan no significativos.

<b>Tabla 5.5</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante según el programa educativo que cursa</b>				
<b>Variables</b>	<b>Lic. en Administración</b>	<b>Lic. En Contaduría</b>	<b>Lic. en Informática Administrativa.</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	0 %	0 %	0 %	.121**
No, pero integrar a empresa familiar	0 %	0 %	4.7 %	
Sí, vagamente	16.9 %	37.5 %	20.9 %	
Sí, seriamente	39.8 %	18.8 %	41.9 %	
Sí, firme propósito	43.4 %	43.8 %	32.6 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 5.6., muestra el cruce de intención emprendedora del estudiante de acuerdo al estado civil en que se encuentra. Así, aquellos estudiantes universitarios que respondieron estar en la categoría de soltero señalan tener firme propósito para la intención empresarial con un porcentaje de 40.3 %, seguido del 38.8 % de aquellos jóvenes universitario que respondieron a la afirmación “Sí, seriamente”. Por otro lado, el resultado de la prueba estadística Chi- cuadrado no resulto significativa al cruce de ambas variables.

<b>Tabla 5.6</b>					
<b>Intención emprendedora del estudiante según su estado civil</b>					
<b>Variables</b>	<b>Soltero</b>	<b>Casado</b>	<b>Unión libre</b>	<b>Viudo</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	0 %	0 %	0 %	0 %	.153***
No, pero integrar a empresa familiar	1.4 %	0 %	0 %	0 %	
Sí, vagamente	19.4 %	100 %	0 %	0 %	
Sí, seriamente	38.8 %	0 %	0 %	0 %	
Sí, firme propósito	40.3 %	0 %	100 %	0 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 5.7., muestra el cruce de las variables intención emprendedora del estudiante de acuerdo a su promedio, así aquellos estudiantes que respondieron “sí, seriamente” en un porcentaje alto son aquellos que se encuentran entre los promedios 7.1, seguido de aquellos con promedio mayor a 8.0, por otro lado, los resultados de la prueba estadística chi- cuadrado muestran una relación no significativa.

<b>Tabla 5.7</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante según su promedio de estudio</b>				
<b>Variables</b>	<b>Hasta 7.0</b>	<b>Entre 7.1 y 8.0</b>	<b>Mayor a 8.0</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	0 %	0 %	0 %	.802***
No, pero integrar a empresa familiar	0 %	2.8 %	1 %	
Sí, vagamente	25 %	19.4 %	20.6 %	
Sí, seriamente	25 %	47.2 %	35.3 %	
Sí, firme propósito	50 %	30.6 %	43.1 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$

La tabla 5.8, muestra el cruce de la variable intención emprendedora de acuerdo al sexo del estudiante, los resultados indican que los estudiantes varones tienen el firme propósito sobre la intención emprendedora (50 %) a diferencia de las estudiantes universitarias (35.4 %). Los resultados de la prueba estadística chi- cuadrada indica una relación no significativa entre las variables.

<b>Tabla 5.8</b>			
<b>Intención emprendedora del estudiante según su sexo</b>			
<b>Variables</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	0 %	0 %	340***
No, pero integrar a empresa familiar	2.2 %	1 %	
Sí, vagamente	15.2 %	22.9 %	
Sí, seriamente	32.6 %	40.6 %	
Sí, firme propósito	50 %	35.4 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 5.9, muestra los resultados del cruce de las variables intención emprendedora de los estudiantes con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida, se observa que el mayor porcentaje sobre la intención emprendedora lo muestran aquellos que viven en la pequeña ciudad, seguidamente de aquellos que viven en la gran ciudad y de los que viven en pueblo o en comunidad, estos porcentajes corresponde a las categorías de respuesta “Sí, seriamente” y “Sí, firme propósito”. Los resultados de la prueba estadística chi-cuadrado señalan una relación entre las variables no significativa al .710

<b>Tabla 5.9</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida</b>				
<b>Variables</b>	<b>Gran ciudad</b>	<b>Pequeña ciudad</b>	<b>Pueblo o comunidad</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	0 %	0 %	0 %	.710***
No, pero integrar a empresa familiar	0 %	5.9 %	0.8 %	
Sí, vagamente	20 %	11.8 %	21.7 %	
Sí, seriamente	40 %	35.3 %	38.3 %	
Sí, firme propósito	40 %	47.1 %	39.2 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 5.10, muestra el cruce de la variable intención emprendedora del estudiante y, la variable según para lo que se prepara académicamente, los resultados indican que aquellos que respondieron a la categoría “ser empresario (emprender negocio propio)” con más del 84.6 % tiene el firme propósito de crear una empresa a futuro.

<b>Tabla 5.10</b>						
<b>Intención emprendedora del estudiante según para lo que se prepara académicamente</b>						
<b>Variables</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Sig.</b>
Ser profesor	0 %	0 %	50 %	0 %	50 %	.010**
Ser empleado (empresa privada)	0 %	9.1 %	45.5 %	18.2 %	27.3 %	<i>a</i>
Ser burócrata (dependencia gubernamental)	0 %	0 %	75 %	0%	25 %	<i>a</i>
Ser director de una empresa	0 %	7.1 %	21.4 %	28.6 %	42.9 %	<i>a</i>
Ser empresario (emprender un negocio)	0 %	0 %	15.3 %	42.3 %	42.3 %	<i>a</i>

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito.

**Fuente:** elaboración propia.

## 5.5. Conclusiones

Los alumnos que se están formando en las diferentes universidades, son futuros profesionistas que cada vez deben estar capacitados en el conocimiento y en su uso para su propio beneficio.

El contexto en México como país denota niveles altos de desocupación, donde la medición de la intención emprendedora es un factor muy importante para generar, por un lado, autoempleo para el profesional y por el otro empleo para su región, lo cual genera una sinergia en beneficio de nuestro país. Una de las respuestas a dichos avances es la propuesta del estudio de la intención emprendedora del presente trabajo en el cual se considera relevante que el alumnado la desarrolle.

Partiendo del objetivo planteado en la presente investigación el cual es, analizar la intención emprendedora de los estudiantes del centro universitario Atlacomulco de la licenciatura en administración, licenciatura en contaduría y licenciatura en informática administrativa y la relación que existe con algunas variables que han sido abordadas en el campo de emprendimiento, las cuales resultan predictores de la conducta empresarial, se concluye lo siguiente: de los resultados obtenidos por el instrumento aplicado a los estudiantes del Centro Universitario UAEMex

Atacomulco, se confirma que la actitud emprendedora se adquiere en una parte significativa de personas cercanas al entorno social del estudiante, de igual forma se destaca una inclinación hacia la docencia, sin dejar a un lado la intención para la conducta empresarial.

Esto permite detectar la gran influencia que tienen el capital social para la puesta en marcha de un negocio, de hecho el constructo "capital social" es la combinación de ciertas habilidades adquiridas socialmente, de tal forma que permite al individuo influir en su comportamiento empresarial (Baron y Markman 2000, Baron 2000, Nahapiet y Ghoshal 1998, Shavitt y Brock, 1994), se ha demostrado que un capital social elevado ofrece a los empresarios un mayor acceso a la información y aumenta la cooperación y la confianza de los demás (Fukuyama, 1995). En el presente trabajo se manejó el concepto como entorno del emprendedor el cual incluye tres preguntas, resultando significativo aquella que hace referencia a las amistades cercanas que cuentan con un negocio, los estudiantes que cursan la licenciatura en administración y licenciatura en informática han respondido en mayor porcentaje estar empoderados de este capital que es tan importante para la puesta en marcha de un negocio.

Así mismo, en el presente trabajo no se incluyeron todas las variables consideradas en el instrumento de trabajo, por la poca información en México sobre estudios recientes de intención emprendedora en estudiantes universitarios; tanto teóricos como empíricos. Este primer acercamiento teórico empírico, nos permite como cuerpo académico visualizar cercanos proyectos de investigación, a fin de ofrecer un análisis actual que permita estrategias que lleven a la estructuración de cátedras sobre la disciplina del emprendimiento que impacten en el alumnado a fin de generar el comportamiento empresarial del potencial emprendedor que vive en el estudiante.

## **5.6. Referencias**

- Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior.:Organizational Behavior and Human, Decisión Processes, 50(4),179-211.Recuperado el 30 de junio de 2013 en <http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&ved=0CDOQFjAB&url=http%3A%2F%2Fxa.yimg.com>
- Baron, R. (2000). "Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs' Success", *Current Directions in Psychological Science*, 9 (pp. 15-19).

- Baron, R.A. y Markman, G.D. (2000): “Beyond social capital: the role of social skills in entrepreneurs’ success”. *Academy Management Executive*, vol. 14: 1–15.
- Chimal, C.C. (s.f.). Breve reseña del Centro Universitario UAEMex Atlacomulco. <http://web.uaemex.mx/identidad/docs/cronicas/TOMO%20VIII/Breve%20Resena%20del%20centro%20universitario%20UAEM%20Atlacomulco%20marzo%202009.pdf>
- Deakins, D., Morrison, A. y Galloway, L. (2002). “Evolution, financial management and learning in the small firm”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9 (1), 7-16.
- Duhan, S. (2007). “A capabilities based toolkit for strategic information systems planning in SMEs”, *International Journal of Information Management*, 27, 352-367.
- Espí, G.; Arana, L.; Heras, S. y Diaz, A. (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa De La Upv/Ehu. *Dirección y Administración de Empresas*, 4 (14), 83-110. Recuperado el 11 de diciembre de 2013 en [https://addi.ehu.es/bitstream/10810/9907/1/Revista14\\_05.pdf](https://addi.ehu.es/bitstream/10810/9907/1/Revista14_05.pdf)
- Espíritu Olmos, R., Sastre Castillo, M. A. (2007). *La Actitud Emprendedora Durante La Vida Académica De Los Estudiantes Universitarios*. México: Redalyc
- Espíritu, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, vol. 11, núm. 1, enero-abril, 2011, pp. 65-75. Venezuela: Redalyc.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fukuyama, F., 1995. *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Hamish Hamilton, London.
- Herron, L. Robinson, R.B. (1993), “A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 8 No. 3, pp. 281-94.
- Krueger, N.F., y Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18(3), 91-104.

- Krueger, N.F., Reilly, M.D. y Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, pp.411-432.
- Martínez, M.M.C., Carrillo, A.S.A., Escamilla, S. Z. Caldera, G. D.C. (2011). Algunos rasgos y conductas para el emprendimiento de las estudiantes universitarias: Un breve análisis. Comunicación presentada en IV Congreso Estudiantil de Investigación “Temas contemporáneos en contabilidad, administración y negocios” de la Zona V Centro Sur de la ANFECA. Facultad de ciencias económico administrativa de la Universidad Autónoma de Tlaxcala. Tlaxcala, Tlaxcala, Noviembre. ISBN 978- 607- 7698- 65-4.
- Nahapiet, J.; Ghoshal, S. (1998): “Social Capital, intellectual capital, and the organizational advantage”, *Academy of Management Review*, vol. 23, n° 2, pp.242-266.
- Olivares Alonso, E. (2012). Profesionistas, más de la tercera parte de desempleados en México: Estudio. Consultado el 27 de septiembre de 2012 en <http://www.jornada.unam.mx/2012/03/26/politica/014n2pol>.
- Pérez, T.H.E. (2008). *Estadística para las ciencias sociales del comportamiento y de la salud* (3ª ed.) México: Cengage Learning.
- Quevedo Monjarás, L. M., Izar Landeta, J. M., y Romo Rojas, L. (2010). *Factores Endógenos Y Exógenos De Mujeres Y Hombres Emprendedores De España, Estados Unidos Y México: Redalyc*.
- Shavitt, S., Brock, T.C. (1994). *Persuasion: Psychological Insights and Perspectives*. Allyn and Bacon, Boston.
- Shapero, A. (1981). Self-renewing economies. *Economic Development Commentary*. 5, 19-22.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982), *The social dimensions of entrepreneurship* en Kent, C.A.; Sexton, D.L. y Vesper, K.H.(dir.), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Ed. Prentice-Hall INC.
- Tarapuez, E. y Botero, J. J. (2007). *Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor*. Bogotá, Colombia: Redalyc.
- Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas, un enfoque gerencial*. Barcelona. Disponible en: [www.estudios.lacaixa.es](http://www.estudios.lacaixa.es).

## **CAPÍTULO 6**

# **INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CHETUMAL**

María Josefina Aguilar Leo<sup>26</sup>  
María Guadalupe de los Ángeles Noverola Muñoz<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup>Profesora-Investigadora, Instituto Tecnológico de Chetumal, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: [mjaguilar@itchetumal.edu.mx](mailto:mjaguilar@itchetumal.edu.mx).

<sup>27</sup>Profesora-Investigadora, Instituto Tecnológico de Chetumal, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: [mnoverola@itchetumal.edu.mx](mailto:mnoverola@itchetumal.edu.mx).

## **6.1. Introducción**

La educación superior en nuestro país, ha sido objeto de diversas transformaciones, con repercusiones en los planos económico, social, político y cultural, para atender los retos que enfrenta la apertura a nuevos mercados. En el marco de la Conferencia Mundial de la Educación Superior (UNESCO, 2009), se destaca la responsabilidad de la educación superior para hacer frente a problemas económicos, culturales, sociales y científicos, de promover el pensamiento crítico y la ciudadanía activa. La formación de profesionales y científicos cada vez más competentes, la producción del conocimiento y la generación de innovaciones son contribuciones que la sociedad espera de las instituciones de educación superior, caracterizadas en la atención de las necesidades particulares del medio geográfico y social, y al desarrollo industrial de la zona en que se ubican. En México, se reconoce la importancia de la generación de empresas por su contribución al crecimiento económico, a la generación de empleo, así como al desarrollo regional y local. En este sentido, las IES han insertado en los programas educativos que ofertan, temáticas que incluyen la creación de empresas como elemento de impulso para el desarrollo del país, para mejorar la competitividad y lograr una inserción ventajosa en la economía basada en el conocimiento.

Este capítulo tiene como objetivo analizar algunos factores que influyen en la intención de crear una empresa por parte de los estudiantes que cursan los programas del área de Ciencias Económico Administrativas del Instituto Tecnológico de Chetumal.

Se enmarca en los fundamentos de la Teoría de Comportamiento Planificado de Ajzen (2005) y Schifer y Ajzen (1985) para comprender la intención emprendedora de los estudiantes bajo tres variables: 1) las creencias específicas, tanto positivas como negativas, asociadas a la creación de una empresa o negocio propio, 2) la influencia o presión social en la decisión de emprendimiento, ejercida tanto por personas relacionadas como por la sociedad en general, y 3) las capacidades de gestión de los sujetos, que condicionan su capacidad y eficacia para llevar a cabo con éxito su proyecto emprendedor. Lo anterior busca responder la interrogante de investigación: ¿cuáles son las creencias, los elementos de presión y las capacidades de gestión de los estudiantes del IT de Chetumal, que define la intención de crear una empresa? Para el análisis de la información, se realizó con base en una muestra aleatoria de 126 estudiantes de diferentes semestres de los programas de: Contador Público, Ingeniería en Administración, Ingeniería en Gestión Empresarial

y Licenciatura en Administración, a los cuales se les proporcionó una liga para contestar el cuestionario en línea. Los resultados fueron analizados a través de técnicas estadísticas univariantes y bivariantes. Este sexto capítulo se organizó de la siguiente manera: primero se describe el marco contextual en el que se desenvuelve la institución objeto del presente capítulo, posteriormente se aborda una revisión de la literatura previa relacionada con el tema en cuestión, enseguida se presenta el análisis de los resultados obtenidos y, finalmente, se presentan las conclusiones generales del estudio.

## **6.2.Marco contextual de la institución<sup>28</sup>**

El Tecnológico Nacional de México (TecNM), al cual el Instituto Tecnológico de Chetumal (IT de Chetumal) pertenece, es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, con autonomía técnica, académica y de gestión. Tiene adscritas a 266 instituciones: 134 Institutos Tecnológicos Descentralizados, 126 Institutos Tecnológicos Federales, cuatro Centros Regionales de Optimización y Desarrollo de Equipo (CRODE), un Centro Nacional de Investigación y Docencia en Educación Técnica (CIIDET) y un Centro Nacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico (CENIDET), distribuidas en todas las entidades federativas de México.

El TecNM atiende áreas prioritarias de ingeniería del país a través de 43 planes y programas de estudio de nivel licenciatura para la formación y desarrollo de competencias profesionales. Impulsa la formación de profesionistas con alto grado de competitividad global, incorporando atributos en su formación y desarrollo de competencias como: educación dual, proyectos integradores, titulación integral, movilidad estudiantil, experiencias internacionales, actividades complementarias a su formación, educación a distancia, salida lateral y especialidades del área de conocimiento.

La visión del IT Chetumal es ser una institución educativa líder que contribuya al desarrollo sostenido, sustentable e incluyente de Quintana Roo y de México; su misión es formar integralmente profesionales de alto desempeño que contribuyan al desarrollo sustentable del Estado

---

<sup>28</sup>Toda esta información se ha obtenido de la web de identidad del Instituto Tecnológico de Chetumal <http://www.itchetumal.edu.mx/>

y del País, dentro del proceso de globalización con base en la mejora continua, y sus valores son el ser humano, el espíritu de servicio, el liderazgo, el trabajo en equipo, la calidad y el alto desempeño.

Actualmente ofrece 10 programas educativos a nivel licenciatura, de los cuales 4 corresponden al Departamento de Ciencias Económico Administrativas (CEA):

<b>Cuadro 6.1</b>		
<b>Programas educativos y especialidades del Departamento de CEA</b>		
<b>Programa Educativo</b>	<b>Especialidad</b>	<b>Modalidad</b>
Licenciatura en Administración.	Gestión e Innovación de Empresas Turísticas	Presencial.
Ingeniería en Administración.	Administración Pública (Liquidación) Responsabilidad Social	Presencial y Abierta
Ingeniería en Gestión Empresarial.	Gestión de PyMES (Liquidación) Innovación, creatividad y calidad	Presencial y Abierta
Contador Público.	Especialista Tributario.	Presencial y Abierta

**Fuente:** Elaboración propia con base en datos tomados de la página web del IT de Chetumal.

Los demás programas corresponden a los departamentos de Ciencias de la Tierra (Arquitectura e Ingeniería Civil), Ingeniería Química y Bioquímica (Licenciatura en Biología), Sistemas y Computación (Ingeniería en Tecnologías de Información y Comunicación e Ingeniería en Sistemas Computacionales), Ingeniería Eléctrica y Electrónica (Ingeniería Eléctrica).

Acorde a los requerimientos del entorno, los planes de estudio de los posgrados establecen un conjunto de conocimientos progresivos y líneas de trabajo que fortalecen el perfil de egreso del estudiante y contribuyen al desarrollo de los distintos sectores, los dos programas de posgrado que se ofertan forman parte del Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), cumpliendo satisfactoriamente los estándares de evaluación de los estudios de maestría.

La planta docente del Instituto está conformada por 198 profesores, de los cuales 107 son de tiempo completo (PTC) y 91 de tiempo parcial. De los profesores de tiempo completo, 69 cuentan con

estudios de posgrado, lo que representa el 64 por ciento; en lo que respecta a los profesores de tiempo parcial, 52 cuentan con estudios de posgrado, representando el 57 por ciento.

En el 2017, la matrícula atendida fue de 3,125 estudiantes, de los cuales 1,242 eran mujeres, representando el 40 por ciento y 1,883 hombres, representando el 60 por ciento. En el nivel licenciatura se atendió a un total de 3,065 estudiantes de los cuales el 97 por ciento fue en modalidad escolarizada, mientras que el 3 por ciento restante en modalidad no escolarizada. En tanto que en el nivel de posgrado se atendieron 60 estudiantes.

Para cumplir con su objetivo de generación de negocios viables, el IT Chetumal ofrece una metodología para lograr que las ideas de negocio, generadas por los estudiantes, egresados y sociedad en general puedan llevarse a la realidad, ofreciéndoles el soporte necesario para lograr y aumentar las posibilidades de supervivencia de las empresas, brindando consultorías en las áreas de administración, procesos productivos, mercadotecnia, finanzas, fiscal, contabilidad, asuntos jurídicos y legales, diseño gráfico, impacto ambiental marcas y patentes, áreas que permitan tanto a los grupos de empresarios del entorno local, así como estudiantil, desarrollar empresas rentables además de proporcionarles los servicios de espacios necesarios para un arranque exitoso. El Centro Incubador opera con el modelo de incubación de empresas del Sistema Nacional de Educación Superior Tecnológica (MIDE-SNEST), el cual entre sus objetivos primordiales se encuentran los siguientes:

- El desarrollo de una cultura emprendedora.
- La generación de nuevas empresas, así como más y mejores empleos.
- El desarrollo tecnológico, la innovación y la generación del valor agregado en la producción de bienes y servicios.
- La innovación organizacional al crear nuevas formas de administrar a las empresas.

Adicionalmente, los estudiantes y docentes participan en el modelo Talento Emprendedor del Tecnológico Nacional de México, que busca arraigar de manera permanente en los estudiantes la cultura emprendedora que permita alcanzar nuevos niveles de riqueza a nuestra sociedad. De igual manera, se orienta la participación de los estudiantes al desarrollo de proyectos de innovación tecnológica, buscando sensibilizarlos sobre la importancia de extender la creatividad e innovación

en el ámbito educativo con el propósito de alcanzar una ventaja competitiva por medio de la diferenciación y la generación de valor.

### **6.3. Revisión de la literatura**

Los escenarios de crisis que se han presentado en diversas partes del mundo han dado pie a fijar la mirada en los estudios sobre el emprendimiento, de tal manera que el tema que se muestra es sobre la intención emprendedora de los estudiantes de nivel superior, que puede definirse como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro. El sistema de valores del individuo, cultura, su entorno social, familiar y educativo pueden conformar el deseo de crear o no una empresa propia” (Soria-Barreto, Zúñiga-Jara y Ruiz-Campo, 2016, p.26).

Oliveira, Vieira, Laguía, Moriano y Salazar (2016) indican que el desarrollo de la intención empresarial depende de la combinación de factores personales y factores sociales. Donde la teoría del comportamiento planificado de Ajzen juega un rol preponderante, estableciendo que las intenciones dependen de tres determinantes: la actitud hacia ese comportamiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido.

Según la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB- Theory of Planned Behavior) de Ajzen (1991), las personas actúan de acuerdo con sus intenciones y percepciones de control sobre el comportamiento, mientras que las intenciones a su vez son influenciadas por las actitudes hacia el comportamiento subjetivo, influyendo el contexto a través de las normas y percepciones.

Souza, López, Bornia y Alves (2013), advierten que es posible considerar la existencia de una predisposición a la conducta empresarial, misma que implica características del hombre y el medio ambiente en el que se desenvuelve, lo que representa, sus acciones, visiones del mundo y la manera de transformar la realidad. De tal forma que, cuando se mide la actitud de la gente, puede explicarse el comportamiento empresarial, es decir, la decisión de crear negocios, innovar y agregar valor a los proyectos, productos y procesos en las organizaciones, donde el enfoque conductual a la actividad empresarial, el foco de las actitudes y el comportamiento de los antecedentes empresariales surgen de acuerdo a los rasgos de personalidad y las características demográficas.

Asimismo, una persona con capacidad emprendedora es racional y se enfoca en realizar de manera eficiente su trabajo bajo la excelente toma de decisiones frente a los beneficios que pueda generar.

Es por eso que se lo relaciona con un buen perfil para la creación de empresas (Rusque, 2005). Su capacidad depende de la creencia que tenga de su nivel de conocimiento, habilidades y del entorno en el que se encuentra (Rodríguez y Prieto, 2009). Su manera de actuar se basa en las oportunidades que desea alcanzar (Betancourt. Guerrero, 2004).

Por otro lado, las actitudes son los enunciados o juicios evaluadores de personas, objetos o eventos. Posee tres componentes: cognitivo -segmento de opinión o creencia-, afectivo -segmento emocional o sentimental- y comportamental -intención de conducta de cierto modo hacia alguien o algo- (Robbins y Judge, 2011).

El modelo de comportamiento planificado de Ajzen (1991), descrito anteriormente, se basa más en el componente cognitivo de la actitud que en los rasgos de personalidad de Epstein, 1984). Hay que recalcar que Ajzen (1991) utiliza principalmente un componente de la actitud: el cognitivo, Así mismo, señala que para comprender la conducta en general, es necesario estudiar los rasgos de personalidad y las actitudes sociales. Por lo tanto, un comportamiento es multicausado por elementos cognitivos, ambientales, sociales, emocionales, entre otros.

Cabe señalar que, según Liñan (2013), el control percibido de la conducta, indica que es: “la facilidad o dificultad percibida para convertirse en emprendedor” (p. 77), cabe aclarar que esa facilidad o dificultad “supone un reflejo de la experiencia del pasado, así como los impedimentos y obstáculos que se prevén puedan suceder” (Ajzen, 1991, p. 188).

Por su parte, Sánchez et al (2013), mencionan que la participación de la mujer en el mercado laboral ha aumentado a nivel global y que el género influye en forma decisiva en la vida social y laboral de los seres humanos, dado que esta condición brinda oportunidades, regularmente, a los hombres, y limitaciones o marginaciones a las mujeres.

#### **6.4. Análisis de los resultados**

Para el análisis de los datos del presente capítulo, se utilizaron tablas cruzadas o de contingencia con base en la prueba Chi-Cuadrado de *Pearson*, a fin de evaluar la posible relación entre las variables de estudio. De igual manera, se estimó la pertinencia de aplicar el análisis de la varianza (ANOVA) de un factor, de tal manera que mostrara al lector la información clara y sencilla sobre los resultados de la intención emprendedora en los estudiantes del área de Ciencias Económico

Administrativas del Instituto Tecnológico de Chetumal. En las tablas 6.1 a la 6.14 se muestran los resultados obtenidos para cada una de las variables consideradas de este estudio.

La tabla 6.1 muestra que la mayoría de los estudiantes son mujeres, pero se observa también que, de manera individual, ésta se encuentra en el programa de Licenciatura en Contaduría, aunque la suma de las que cursan carreras de administración, en su totalidad, son las que representan la mayoría.

<b>Tabla 6.1</b>			
<b>Programa educativo con respecto al sexo del estudiante</b>			
<b>Variables</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Sig.</b>
Ingeniería en Administración	4.8 %	7.9 %	NS
Ingeniería en Gestión Empresarial	8.7 %	15.1 %	
Licenciatura en Administración	8.7 %	11.1 %	
Licenciatura en Contaduría	16.7 %	27.0 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 6.2, respecto a la nacionalidad de los estudiantes, nos muestra que la totalidad son de nacionalidad mexicana.

<b>Tabla 6.2</b>			
<b>Programa educativo con respecto a la nacionalidad del estudiante</b>			
<b>Variables</b>	<b>Mexicana</b>	<b>Extranjera</b>	<b>Sig.</b>
Ingeniería en Administración	100.0 %	0 %	*
Ingeniería en Gestión Empresarial	100.0 %	0 %	
Licenciatura en Administración	100.0 %	0 %	
Licenciatura en Contaduría	100.0 %	0 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 6.3 se puede observar que la mayoría de los estudiantes provienen de la ciudad capital, donde se encuentra ubicada la institución, seguida por aquellos que provienen de comunidades cercanas a la misma, que corresponden a los municipios del centro y sur del Estado.

<b>Tabla 6.3</b>				
<b>Programa educativo con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida el estudiante</b>				
<b>Variables</b>	<b>Gran ciudad</b>	<b>Pequeña ciudad</b>	<b>Pueblo o comunidad</b>	<b>Sig.</b>
Ingeniería en Administración	1.6 %	9.5 %	1.6 %	NS
Ingeniería en Gestión Empresarial		17.5 %	6.3 %	
Licenciatura en Administración		15.9 %	4.0 %	
Licenciatura en Contaduría	3.2 %	79.4 %	17.5 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

Con respecto al avance en el cursamiento de la carrera, tabla 6.4, se observa que la mayor parte de los estudiantes son de reciente ingreso, seguidos de los que están próximos a egresar, lo que hace interesante el estudio de la intención emprendedora ya que los datos arrojan expectativas e información de quienes inician y de aquellos que han tenido la experiencia de los conocimientos adquiridos y desarrollados durante los semestres cursados.

<b>Tabla 6.4</b>				
<b>Situación en la que se encuentra actualmente cursando el estudiante de acuerdo con el programa educativo</b>				
<b>Variables</b>	<b>Reciente ingreso</b>	<b>A mitad de carrera</b>	<b>Próximo a egresar</b>	<b>Sig.</b>
Ingeniería en Administración		7.9 %	4.8 %	***
Ingeniería en Gestión Empresarial	23.8 %			
Licenciatura en Administración	11.1 %	7.9 %	0.8 %	
Licenciatura en Contaduría	5.6 %	10.3 %	27.8 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 6.5 muestra que aunque algunos tienen familiares que han emprendido negocios, la mayoría de los estudiantes no han sido propietarios, ni tienen amistades que tengan algún negocio. Dentro de los diferentes programas educativos, destaca el de Licenciatura en Administración por reportar el mayor porcentaje de estudiantes que tienen algún familiar que ha emprendido un negocio; el de Ingeniería en Gestión Empresarial, por tener amistades que hayan tenido algún negocio; y el programa de Ingeniería en Administración reporta el mayor porcentaje de ser propietarios o haber tenido algún negocio. El programa de Licenciatura en Contaduría fue el de menor porcentaje en los rubros sobre si algún familiar que ha emprendido un negocio y el de haber

sido o ser propietario de algún negocio. Estos datos son relevantes para conocer el entorno que rodea al estudiante con relación a su intención emprendedora.

Tabla 6.5					
Entorno emprendedor del estudiante según el programa educativo que cursa					
VARIABLES	Ingeniería en Administración	Ingeniería en Gestión Empresarial	Licenciatura en Administración	Licenciatura en Contaduría	Sig.
¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio? Sí	37.5 %	33.3 %	40.0 %	32.7 %	NS
¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio? No	62.5 %	66.7 %	60.0 %	67.3 %	
¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio? Sí	18.8 %	33.3 %	28.0 %	32.7 %	
¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio? No	81.3 %	66.7 %	72.0 %	67.3 %	
¿Ha sido o es propietario de algún negocio? Sí	12.5 %	6.7 %	4.0 %	1.8 %	
¿Ha sido o es propietario de algún negocio? No	87.5 %	93.3 %	96.0 %	98.2 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

La tabla 6.6 muestra la intención emprendedora por cada programa educativo. Se puede observar que la mayoría de los programas respondieron que tienen vagamente, seriamente y firme propósito de crear nuevas empresas. Estos resultados no fueron estadísticamente significativos.

Tabla 6.6 Intención emprendedora del estudiante según el programa educativo que cursa					
Variables	Ing. en Administración	Ing. en Gestión Empresarial	Lic. en Administración	Lic. en Contaduría	Sig.
No, nunca				0.8 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar				2.4 %	
Sí, vagamente	4.8 %	3.2 %	4.0 %	11.1 %	
Sí, seriamente	4.8 %	12.7 %	5.6 %	17.5 %	
Sí, firme propósito	3.2 %	7.9 %	10.3 %	11.9 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al estado civil y su intención emprendedora, se observa en la tabla 6.7 que los estudiantes casados respondieron con un firme propósito de crear nuevas empresas, al igual que los que corresponden a unión libre que respondieron entre seriamente y firme propósito. Esto puede deberse al grado de responsabilidad que se generan del estado civil en que se encuentran. Estos resultados no fueron estadísticamente significativos.

Tabla 6.7 Intención emprendedora del estudiante según su estado civil					
Variables	Soltero	Casado	Unión libre	Viudo	Sig.
No, nunca	0.8 %			0 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	2.4 %			0 %	
Sí, vagamente	23.0 %			0 %	
Sí, seriamente	38.9 %		1.6 %	0 %	
Sí, firme propósito	31.0 %	0.8 %	1.6 %	0 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

Con base en el promedio de estudio y la intención emprendedora, la tabla 6.8 presenta los resultados bajo estos conceptos. Con un promedio mayor a 8.0, los estudiantes en un 15.9 % respondieron que vagamente tienen intención de emprender, mientras que 29.4 % de ellos respondió que seriamente y 19.8 % manifestó intención con firme propósito para emprender nuevos negocios. Estos resultados fueron estadísticamente significativos.

<b>Tabla 6.8</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante según su promedio de estudio</b>				
<b>Variables</b>	<b>Hasta 7.0</b>	<b>Entre 7.1 y 8.0</b>	<b>Mayor a 8.0</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	0.8 %			***
No, pero integrar a empresa familiar			2.4 %	
Sí, vagamente		7.1 %	15.9 %	
Sí, seriamente		11.1 %	29.4 %	
Sí, firme propósito	3.2 %	10.3 %	19.8 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$

**Fuente:** elaboración propia.

La intención de emprender según el sexo del estudiante se muestra en la tabla 6.9. Nuevamente destaca la mujer manifestando seriamente y con firme propósito (46 % ambas) la intención de emprender nuevas empresas.

<b>Tabla 6.9</b>			
<b>Intención emprendedora del estudiante según su sexo</b>			
<b>Variables</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca		0.8 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	1.6 %	0.8 %	
Sí, vagamente	9.5 %	13.5 %	
Sí, seriamente	14.3 %	26.2 %	
Sí, firme propósito	13.5 %	19.8 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida se muestra en la siguiente tabla (6.10). Se observa que los estudiantes que tienen una mayor intención de emprender nuevos negocios son los que provienen de pequeña ciudad como lo es Chetumal. La mayoría de los que respondieron que seriamente tienen intención de emprender representan el 29.4 % del total, y los que tienen firme propósito el 27.8 %. Los resultados no fueron estadísticamente significativos.

<b>Tabla 6.10</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida</b>				
<b>Variables</b>	<b>Gran ciudad</b>	<b>Pequeña ciudad</b>	<b>Pueblo o comunidad</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca		0.8 %		NS
No, pero integrar a empresa familiar		0.8 %	1.6 %	
Sí, vagamente	0.8 %	20.6 %	1.6 %	
Sí, seriamente	2.4 %	29.4 %	8.7 %	
Sí, firme propósito		27.8 %	5.6 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 6.11 muestra que los estudiantes que se preparan académicamente para ser empresarios tienen seriamente (31.0 %) y firme propósito (31.7 %) la intención de emprender nuevos negocios.

<b>Tabla 6.11</b>						
<b>Intención emprendedora del estudiante según para lo que se prepara académicamente</b>						
<b>Variables</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Sig.</b>
Ser profesor				0.8 %		***
Ser empleado (empresa privada)	0.8 %		6.3 %	5.6 %		***
Ser burócrata (dependencia gubernamental)		0.8 %	3.2 %	1.6 %		***
Ser director de una empresa		0.8 %	4.8 %	1.6 %	1.6 %	***
Ser empresario (emprender un negocio)		0.8 %	8.7 %	31.0 %	31.7 %	***

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 6.12 presenta la situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las creencias positivas y negativas. Todas las creencias negativas tienen un efecto significativo en la intención emprendedora. Como se observa, la intención emprendedora seriamente y firme propósito de las creencias positivas, son las de un mayor nivel de acuerdo entre los estudiantes, aunque estadísticamente no fueron significativos.

Tabla 6.12						
Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las creencias positivas y negativas <sup>a</sup>						
Variables	1	2	3	4	5	Sig.
Recompensas económicas	3.00	3.00	3.76	3.71	3.81	NS
Independencia/autonomía	3.00	2.67	3.86	3.94	4.12	
Recompensas personales	3.00	2.67	4.03	3.98	4.07	
Seguridad familiar y personal	4.00	3.00	3.79	4.00	4.21	
Invertir y conseguir un patrimonio personal	3.00	3.00	3.86	4.18	4.33	
Riesgo económico	3.00	2.33	3.69	3.22	2.93	*
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	3.00	3.00	3.52	2.98	2.62	**
Temor a fracasar y quedar en ridículo	4.00	2.00	3.48	2.76	2.17	***
Reparos financieros (falta de capital inicial)	3.00	1.67	3.55	3.20	2.95	*
Cargas fiscales	3.00	1.67	3.62	3.00	2.81	**
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.	4.00	3.00	3.55	2.94	2.52	**

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

Fuente: elaboración propia.

Con relación a la situación media del estudiante, respecto a la intención emprendedora según la influencia social, la tabla 6.13 muestra que la familia influye vagamente, seriamente y con firme propósito en la creación de nuevas empresas. Los resultados no fueron estadísticamente significativos.

Tabla 6.13						
Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según la influencia social <sup>a</sup>						
Variables	1	2	3	4	5	Sig.
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	3.00	1.67	3.14	3.12	3.14	NS
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	3.00	2.33	3.28	3.14	3.02	
Compañeros valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	3.00	2.33	3.14	3.12	3.10	
Cultura de mi país es muy favorable hacia actividad emprendedora	3.00	1.67	2.90	2.88	2.98	
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	2.00	2.67	3.28	2.98	3.00	
En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor	3.00	3.33	3.45	3.20	3.19	
En mi país, se considera que la actividad emprendedora merece la pena, a pesar de los riesgos	3.00	3.33	3.45	3.20	3.19	
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.	3.00	3.00	2.76	2.71	2.55	

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar; 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 6.14 se observa la situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento. Se puede observar que seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio arrojó resultado significativo. Aunque se observa un nivel de acuerdo de los estudiantes con estas capacidades y habilidades y la intención emprendedora, la mayoría de los resultados no fueron estadísticamente significativos.

<b>Tabla 6.14</b>						
<b>Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento<sup>a</sup></b>						
<b>Variables</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Sig.</b>
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	3.00	2.67	3.72	3.75	3.98	NS
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	3.00	2.33	3.79	3.69	3.88	NS
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	4.00	2.00	3.83	3.76	4.05	NS
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	4.00	2.33	3.93	3.82	3.88	NS
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	4.00	2.00	3.86	3.65	4.00	*
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	4.00	2.33	3.86	3.69	4.00	NS
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	4.00	2.67	3.79	3.80	3.86	NS
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo.	4.00	3.00	3.55	3.45	3.38	NS

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

## **6.5. Conclusiones**

Este estudio permite identificar la relación de la formación profesional y su influencia en la intención de desarrollar una empresa. Los resultados obtenidos muestran que la intención emprendedora entre los estudiantes del Instituto Tecnológico de Chetumal, se encuentra relacionada con las creencias negativas asociadas a la creación de un negocio propio, con algunos factores de la influencia social percibida en su entorno futuro profesional, y con las habilidades y capacidades del estudiante para crear nuevos negocios.

Los resultados representan información de relevancia para fortalecer los programas con acciones de fomento e impulso al emprendimiento, sobre todo en los grupos que se encuentran en la etapa inicial de su formación profesional y, de manera inmediata, para los estudiantes que se incorporarán pronto al ámbito laboral.

Siendo uno de los objetivos del Tecnológico Nacional de México el desarrollar las capacidades emprendedoras de sus estudiantes, es necesario fortalecer los programas de estudio para resaltar los aspectos positivos de la creación de empresas, para el desarrollo de la región. De igual manera, los resultados de esta investigación plantean la necesidad de incluir actividades que preparen a los estudiantes para incursionar como nuevos empresarios, ya que se observa un porcentaje bastante alto respecto a que ni familiares, ni amigos, ni los propios estudiantes han tenido previamente una empresa. Esto implica la nula o poca familiaridad con aspectos empresariales.

Dentro de las limitaciones del estudio, destaca que la muestra incluye a más estudiantes que se encuentran al inicio de su formación profesional, y que corresponden al Departamento de Ciencias Económico Administrativas. Además, no incluye a estudiantes de otras nacionalidades, siendo que se cuenta con la participación de estudiantes de Belice que pudieran arrojar información de comparación relevante para el estudio. De igual manera, es importante incluir a los demás programas educativos de la institución para tener una imagen más completa de la intención emprendedora de todos los estudiantes y de su relación con los objetivos del Tecnológico Nacional de México.

Toda vez que este estudio revela la participación mayoritaria del sexo femenino en los programas educativos participantes, será interesante observar lo que genere un estudio futuro que incluya a todos los programas educativos que ofrece el Instituto Tecnológico de Chetumal, y hasta su comparación con el de otros institutos de la región. Sin embargo, no sólo se trata de destacar la

importancia de la formación profesional de la mujer, sino también su inclusión sin discriminación al campo laboral.

## 6.6. Referencias

- Ajzen, I. (1991). Organizational Behavior and Human Decision Processes 50. *The Theory of Planned Behavior*, 50, 179-211. Recuperado de: <https://ajzen.socialpsychology.org/publications>
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior (2da ed.)* Berkshire, England: Open University Press.
- Betancourt, G. (2004). La capacidad emprendedora y el desarrollo de nuevas empresas. Cuadernos de Administración. Universidad del Valle. Colombia. 32, 107-139.
- da Fonseca Oliveira, B., & Aguiar Vieira, D., & Laguía, A., & Moriano, J., & Salazar Soares, V. (2016). Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). *Avaliação Psicológica*, 15 (2), 187-196. Recuoerado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=335047428008>
- Epstein, S. (1994) Integration of the cognitive and the psychodynamic unconscious. *American Psychologist*, Vol. 49, pp. 709-24.
- Liñán, F., Nabi, G. & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de economía Mundial*, (33), 73-103.
- Robbins, S. & Judge, T. (2011). *Organizational Behavior*, 14th Edition. Pearson.
- Rodríguez, C., & Prieto Pinto, F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia. INNOVAR. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19, 73-89. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/818/81819025007.pdf>
- Rusque, A. (2005). Capacidad emprendedora y capital social. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, XI (2), 189-202. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/364/36411211.pdf>
- Sánchez G., Suárez, M., Padilla, M., Bizquerra, R., Baelo, R., Martínez, I. y Moreno, A. (2013). *Orientación profesional y personal*. Madrid: UNED.
- Schifter, D.B. y Ajzen, I. (1985). *Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behavior*. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 49, pp. 842851.
- Soria-Barreto, K., & Zuñiga-Jara, S., & Ruiz Campo, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia. *Interciencia*, 41 (5), 325-329. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/339/33945552006.pdf>
- Souza, Eda Castro Lucas de, Lopez Júnior, Gumersindo Sueiro, Borna, Antônio Cezar, & Alves, Luciano Ricardo Rath. (2013). Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 14(5), 230-251. <https://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712013000500009>

Tarapuez, E., García, M. D., & Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar*, 28(67), 123-135.

UNESCO (2009). Conferencia Mundial sobre la Educación Superior - 2009: La nueva dinámica de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo. Paris, Francia. Recuperado de: [http://www.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado\\_es.pdf](http://www.unesco.org/education/WCHE2009/comunicado_es.pdf)

## **CAPÍTULO 7**

# **ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES**

José Luis Zapata Sánchez<sup>29</sup>  
José Luis Esparza Aguilar <sup>30</sup>  
María de Jesús Pérez Hervert <sup>31</sup>  
Naiber José Bardales Roura <sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: jzapata@uqroo.edu.mx.

<sup>30</sup> Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: jlesparza@uqroo.edu.mx

<sup>31</sup> Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: hervert@uqroo.edu.mx.

<sup>32</sup> Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: naibar@uqroo.edu.mx.

## **7.1. Introducción**

El desempleo entre la población juvenil en México, suma casi 1.3 millones de personas, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) para el tercer trimestre del 2015 (INEGI, 2015). De acuerdo con García (2014) es preocupante que el país tenga el tercer porcentaje más alto de jóvenes de entre 15 y 29 años que no trabajan ni estudian entre los países que conforman la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Dos de cada diez de estos jóvenes trabajan en el sector informal, y otros dos ni trabajan ni estudian ni reciben algún tipo de formación. De acuerdo con la OCDE el panorama para los próximos años, si no se hace algo al respecto, no es particularmente alentador, pues nuestros jóvenes no cuentan con buenas perspectivas de empleo, debido a la desaceleración de la economía y a las pocas oportunidades de emprendimiento que tienen.

México se coloca en el lugar 75 de 137 países incluidos en el Índice Global de Emprendedores 2018, cayendo nueve lugares del lugar que ocupaba en 2014 (GEDI, 2018). El índice Global es un índice anual que mide la salud de los ecosistemas de emprendimiento en cada uno de los 137 países. Luego clasifica el rendimiento de estos uno contra el otro. Esto proporciona una imagen de cómo se desempeña cada país en el contexto nacional e internacional.

El papel de la educación superior para fortalecer el desarrollo de las competencias e impulsar el emprendimiento entre sus estudiantes es fundamental. Las universidades somos un eslabón indispensable para que las ideas que se generan en las aulas se puedan trasladar al ámbito comercial. Si bien es cierto que muchas de las características de los emprendedores exitosos están intrínsecas en su personalidad, como el caso del carácter o la confianza en sí mismos, equipar a los estudiantes con el conocimiento y las habilidades necesarias para alimentar el gen emprendedor debe ser tarea de todas las instituciones educativas. Para potenciar las mentes creativas es primordial impulsar las competencias suaves, entre las que destacan la capacidad de asumir riesgos y gestionarlos, adoptar actitudes propositivas, el trabajo en equipo, y manejar la incertidumbre, entre otras. Inculcar habilidades de negocio como saber vender, saber resumir y saber ejecutar es igualmente importante en la educación para el emprendimiento.

En la economía del siglo XXI es necesario también impulsar la capacidad para adquirir nuevos conocimientos y seguir aprendiendo a lo largo de la vida. Fomentar la curiosidad intelectual es vital para adaptarse a la velocidad de las innovaciones y ampliar las posibilidades de éxito de los emprendedores.

Las universidades son centros de nuevas ideas y conocimiento, de ahí que tenemos la responsabilidad de generar las capacidades y el ánimo de emprender entre nuestros alumnos, y facilitarles las herramientas para que estas ideas se conviertan en proyectos exitosos que generen empleo y tengan un impacto positivo en su bienestar y en el de la sociedad (Holtz, 2018).

Por lo tanto es posible afirmar que las instituciones de educación pueden contribuir al desarrollo de la capacidad emprendedora a través de metodologías y procesos de enseñanza que faciliten o estimulen su presencia. No solo debemos asegurar la entrega de conocimientos duros (*hard skills*), los que han estado por décadas asociados a las profesiones, sino que además debemos promover otros dos elementos que son claves para la información de emprendedores. El primero es el desarrollo de *soft skills*, que son todos los temas relacionados con la inteligencia emocional (habilidades de trabajar en equipo, de negociación, de formar redes, presentar y defender convicción, etc.). El segundo es el desarrollo de un estilo orientado a la superación de adversidades, basado en conocerse y reconocerse en sus propias capacidades y habilidades.

Con base en lo anterior se plantea la pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características diferenciadoras de los estudiantes universitarios en México y cuáles son los factores de mayor efecto en la intención de emprender nuevos negocios?

Este capítulo tiene como principal objetivo conocer cuáles son los principales factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de las áreas económicas administrativas.

Para llevar el análisis de este capítulo, se ha utilizado una muestra aleatoria de 1211 estudiantes de diferentes semestres y licenciaturas relacionadas con los negocios y la administración en siete universidades mexicanas, a los que se les aplicó un cuestionario estructurado cara a cara. Para el análisis de los resultados se utilizaron técnicas estadísticas univariantes y bivariantes.

## **7.2. Marco contextual**

El término de emprendimiento académico se orienta en el involucramiento de los profesores e investigadores en el impulso comercial de sus invenciones (Mowery, 2005). Diversos estudios han mostrado una correlación significativa y positiva entre la productividad científica y los emprendimientos exitosos (Van Looy et al, 2011) y entre el emprendimiento académico y el desarrollo económico.

Las universidades tienen el potencial de incentivar la implementación de parques tecnológicos que son espacios físicos que permiten interactuar a las empresas más innovadoras de cada país con los nuevos emprendimientos que son incubados en las propias universidades. Es más, la tendencia es que cada vez más las universidades en América Latina tengan incubadoras empresariales que permitan a sus estudiantes incrementar las probabilidades de éxito de sus negocios y así reducir la tasa de mortalidad empresarial.

Mundialmente, muchas universidades tienen el objetivo de convertirse en centros que aspiran a promover y ser referentes del emprendimiento. Comúnmente se le llama a estos planes, ser el MIT o Stanford de X país. Para lograrlo se requiere una serie de factores, pero pocas veces se entiende cuáles son.

El camino para ser una universidad líder en emprendimiento debe tener 3 cosas:

- Un catalizador de la comunidad: un foco central donde la comunidad de emprendimiento se pueda reunir y ocurra polinización cruzada de información.
- Un imán, un maestro, y una canalización de proyectos para la próxima generación de talento emprendedor de la región.
- Una fuente de perspectivas nuevas, que vayan desde nuevas ideas que pueden ser comercializadas, hasta un conocimiento fundamental de lo que hace que funcionen los emprendimientos, *startups* y su comunidad.

Pero en la academia, hay muchas barreras para esta visión idealizada de una universidad emprendedora.

Es importante destacar las propuestas para mejorar el desempeño del emprendimiento que provienen de foros realizados en México por diferentes organizaciones con emprendedores juveniles. Entre otras, se mencionan las siguientes prioridades:

- a. Incentivar la cultura emprendedora en los niveles de educación básica y media superior para sensibilizar a niños y jóvenes con conceptos clave del emprendimiento. Asimismo, fortalecer el desarrollo de competencias emprendedoras en el bachillerato general, y técnico, mediante programas y modelos adecuados.
- b. Crear una guía e-learning para el desarrollo de habilidades del emprendedor basado en conocimiento, por medio de nuevos objetos de aprendizaje, en cursos presenciales para el intercambio de información.

- c. Establecer mecanismos para que los emprendedores contacten a estudiantes para que apliquen su servicio social, prácticas profesionales o estancias empresariales, previo convenio. Los alumnos pueden ser el puente de acceso para concretar la anterior recomendación.
- d. Asegurar que las comisiones de evaluación de proyectos de emprendimiento basado en conocimiento incluyan a expertos de distintas industrias que adopten enfoques multisectoriales e interdisciplinarios, para entender el valor de proyectos que se presentan con tecnologías, modelos de negocio o mercados disruptivos.

En 2015, el Instituto del Fracaso, una entidad mexicana dedicada a analizar el nacimiento y desarrollo de emprendimientos, elaboró un completo estudio acerca de por qué no triunfan las empresas de base tecnológica en México. El primer aspecto señalado fue por falta de preparación para emprender, el segundo aspecto por hacer una estimación incorrecta del tiempo y esfuerzo requerido, el tercer aspecto señalado es el de deficiencias en la estrategia, el cuarto aspecto indica falta de habilidades para vender y el quinto aspecto se relaciona con falta de habilidades sociales. Hoy encontramos en las IES mexicanas demasiadas incubadoras, que fue el modelo de moda en la última década. Hoy existen 204 instituciones públicas y 124 instituciones privadas con algún tipo de programa de incubación. El 60 % se encuentran en el Distrito Federal, Estado de México, Jalisco y Nuevo León. Se ha encontrado que las incubadoras tienen entre sus problemas que los directivos, consultores y mentores carecen de experiencia empresarial, no tienen criterios claros de operación, no comparten el riesgo con emprendedores, y no mantienen vínculos relevantes con empresarios (Gallegos, Grandet, y Ramírez, 2014).

### **7.3. Revisión de la literatura**

La administración y el área de los negocios desde el enfoque académico, son disciplinas que cuentan con mucho potencial para la dinámica económica a nivel mundial, por lo que el estudio y análisis del emprendimiento es un elemento esencial para poder articular políticas de fomento de la creación de empresas en diversos sectores.

Para Soria-Barreto, Zúñiga-Jara y Ruiz-Campo (2016, p.26), “la intención emprendedora se podría definir como el auto reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro. El sistema de valores del individuo, cultura, su entorno social, familiar y educativo pueden conformar el deseo de crear o no una empresa propia”.

Para Osorio y Londoño (2015), el nivel de intención emprendedora manifiesta la viabilidad del desarrollo económico de una región.

Pertuz, Rojas, Navarro y Quintero (2016) señalan que la formación para el emprendimiento en Colombia se orienta hacia el desarrollo de una cultura con acciones que buscan entre otras cosas la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales desde el enfoque del sistema educativo formal y no formal y su vinculación explícita con el sector productivo. Asimismo, Pertuz et al. (2016), destacan que el proceso enseñanza aprendizaje debe centrarse en el alumno, a fin de orientarlo hacia la autonomía y la autodirección del proceso de construcción de conocimiento, proporcionando las bases requeridas y favoreciendo los espacios de reflexión, crítica, trabajo en equipo y autoformación.

Tarea compleja que requiere de un docente con características y competencias específicas que debe aplicar de manera integral, para alcanzar el desarrollo efectivo del proceso de enseñanza-aprendizaje de las llamadas competencias del emprendimiento. Respecto a la creación de una empresa o negocio, los investigadores han propuesto diversos modelos de intención emprendedora en los que se busca identificar los factores determinantes como la autoeficacia, factores personales, contextuales, entre otros (Küttim et al., 2014).

En este sentido, dos modelos han recibido principal atención en la literatura: La Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen y el Modelo del Evento Empresarial de Shapero (Karali, 2013, citado por Küttim et al., 2014). La Teoría del comportamiento planificado (TPB) de Ajzen (1988, 1991) ayuda a entender cómo podemos cambiar el comportamiento de las personas. TPB es una teoría que predice el comportamiento deliberado, porque el comportamiento puede ser planeado. En este sentido, Ajzen señala que uno debe convencer a las personas que cambien su intención de actuar, prestando mucha atención a las actitudes, a las normas subjetivas y al control percibido de su comportamiento. Existe una muy baja probabilidad de éxito cuando se orienta solo en la explicación de la importancia de algo (transferencia de conocimiento).

Con referencia al Modelo del Evento Empresarial de Shapero, este autor señala que el proceso de formación de nuevas empresas y el nacimiento de nuevos empresarios, es el resultado de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos, y que cada evento empresarial (nacimiento de un empresario) ocurre en un momento dado, como consecuencia

de un proceso dinámico que provee situaciones que impactan sobre los individuos cuyos valores y percepciones están condicionados por sus experiencias y herencias culturales y sociales.

#### 7.4. Análisis de los resultados

El propósito fundamental de este capítulo es describir y comparar el perfil emprendedor y factores demográficos y psicosociales de motivación en una muestra de estudiantes de siete Instituciones de Educación Superior de México, considerando las variables demográficas, ocupacionales y zonales. La muestra está conformada por 1211 estudiantes.

Se utilizaron tablas cruzadas o de contingencia con base en la prueba Chi-Cuadrado de *Pearson*, a fin de evaluar si algunas variables de estudio están relacionadas o no. Asimismo, se consideró pertinente aplicar un análisis de la varianza (ANOVA) de un factor, de tal manera que se presente al lector la información clara y sencilla sobre los resultados de la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. En las tablas 6.1 a la 6.18 se muestran los resultados obtenidos para cada una de las variables consideradas de este estudio.

La tabla 7.1 presenta el número de estudiantes encuestados por institución educativa, en la cual puede observarse que la Universidad de Quintana Roo contribuyó con el 31.8 por ciento, lo cual significó la tercera parte de la muestra, seguida de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) con el 16.5 por ciento y la Universidad Autónoma del Estado de México campus Atlacomulco con el 11.7 por ciento.

<b>Institución</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Universidad de Quintana Roo	385	31.8
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	200	16.5
UAEMex Temascaltepec	128	10.6
UAEMex Atlacomulco	142	11.7
Universidad Politécnica de Bacalar	100	8.3
Instituto Tecnológico de Chetumal	126	10.4
Instituto Tecnológico de Oaxaca	130	10.7
<b>Total</b>	<b>1211</b>	<b>100.0</b>

Fuente: elaboración propia.

Fue posible recuperar información de alumnos que cursan estudios en 20 programas educativos diferentes relacionados con el área económico administrativas (tabla 7.2), de los cuáles, la licenciatura en sistemas comerciales de la Universidad de Quintana Roo representa el mayor número de encuestados con 300 y le sigue la carrera de contaduría impartida por diferentes IES con 203 alumnos.

Tabla 7.2 Carrera que cursa y Universidad en la que estudia								
Carrera que cursa	Universidad de Quintana Roo	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	UAEM Temascalt epec	UAEM Atlacomulco	Universidad Politécnica de Bacalar	Instituto Tecnológico de Chetumal	Instituto Tecnológico de Oaxaca	Total
Licenciatura en Sistemas Comerciales	300	0	0	0	0	0	0	300
Licenciatura en Economía y Finanzas	85	0	0	0	0	0	0	85
Ingeniería en Administración	0	0	0	0	0	16	2	18
Ingeniería en Gestión Empresarial	0	0	0	0	0	30	99	129
Licenciatura en Administración	0	45	0	83	0	25	25	178
Licenciatura en Administración de Empresas	0	45	0	0	0	0	4	49
Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas	0	0	0	0	93	0	0	93
Licenciatura en Administración de Instituciones	0	8	0	0	0	0	0	8
Licenciatura en Administración Financiera	0	1	0	0	0	0	0	1
Licenciatura en Administración Turística	0	1	0	0	0	0	0	1
Licenciatura en Comercio Internacional	0	9	0	0	0	0	0	9
Licenciatura en Contaduría	0	56	76	16	0	55	0	203
Licenciatura en Economía	0	2	0	0	0	0	0	2
Licenciatura en Finanzas	0	9	0	0	0	0	0	9
Licenciatura en Gastronomía	0	1	0	0	0	0	0	1
Licenciatura en Informática Administrativa	0	0	52	43	0	0	0	95
Licenciatura en Logística de Negocios	0	7	0	0	0	0	0	7
Licenciatura en Mercadotecnia	0	13	0	0	0	0	0	13
Licenciatura en Negocios Internacionales	0	3	0	0	0	0	0	3
Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas	0	0	0	0	7	0	0	7
Total	385	200	128	142	100	126	130	1211

Fuente: elaboración propia.

Considerando la relación de las variables programa educativo Vs. Sexo del estudiante (tabla 7.3) utilizando la prueba de chi cuadrada se concluye que hay una asociación estadísticamente significativa entre las variables debido a que el valor  $p \leq \alpha$ .

Respecto al análisis mediante la prueba de ANOVA de un factor, encontramos que el nivel crítico (sig.) es mayor que 0,05 (0.08), por lo que aceptamos la hipótesis de igualdad de varianzas, es decir, no existen diferencias significativas entre los grupos.

En once de los veinte programas educativos del estudio, las mujeres representan el mayor porcentaje de encuestados lo cual indica que existe un alto potencial de desarrollo del emprendimiento en este género.

<b>Tabla 7.3</b>			
<b>Programa educativo con respecto al sexo del estudiante</b>			
<b>Variables</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Sig.</b>
Licenciatura en Sistemas Comerciales	36.0 %	64.0 %	**
Licenciatura en Economía y Finanzas	60.0 %	40.0 %	
Ingeniería en Administración	38.9 %	61.1 %	
Ingeniería en Gestión Empresarial	38.0 %	62.0 %	
Licenciatura en Administración	34.8 %	65.2 %	
Licenciatura en Administración de Empresas	34.7 %	65.3 %	
Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas	41.9 %	58.1 %	
Licenciatura en Administración de Instituciones	37.5 %	62.5 %	
Licenciatura en Administración Financiera		100.0 %	
Licenciatura en Administración Turística		100.0 %	
Licenciatura en Comercio Internacional	66.7 %	33.3 %	
Licenciatura en Contaduría	41.4 %	58.6 %	
Licenciatura en Economía	100.0 %		
Licenciatura en Finanzas	33.3 %	66.7 %	
Licenciatura en Gastronomía	100.0 %		
Licenciatura en Informática Administrativa	50.5 %	49.5 %	
Licenciatura en Logística de Negocios	71.4 %	28.6 %	
Licenciatura en Mercadotecnia	69.2 %	30.8 %	
Licenciatura en Negocios Internacionales	66.7 %	33.3 %	
Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas	57.1 %	42.9 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 7.4 presenta la relación entre la nacionalidad del estudiante y el programa educativo, en donde se destaca que del total de la muestra (1211 estudiantes), 29 son de procedencia extranjera (2.4 %), de los cuáles, al programa educativo de Sistemas Comerciales le correspondieron 16 (el 55.2 % de los 29) que representa el 5.3 % de la muestra encuestada del programa académico, así mismo, la Licenciatura en Economía y Finanzas reporta 9 (31 %) de estudiantes extranjeros, lo cual corresponde al 10.6 % de la muestra de la carrera. Estos programas se imparten en la Universidad de Quintana Roo.

<b>Tabla 7.4</b>			
<b>Programa educativo con respecto a la nacionalidad del estudiante</b>			
	<b>Mexicana</b>	<b>Extranjera</b>	<b>Total</b>
Licenciatura en Sistemas Comerciales	284	16	300
	24.0 %	55.2 %	24.8 %
Licenciatura en Economía y Finanzas	76	9	85
	6.4 %	31.0 %	7.0 %
Ingeniería en Administración	18	0	18
	1.5 %	0.0 %	1.5 %
Ingeniería en Gestión Empresarial	129	0	129
	10.9 %	0.0 %	10.7 %
Licenciatura en Administración	177	1	178
	15.0 %	3.4 %	14.7 %
Licenciatura en Administración de Empresas	48	1	49
	4.1 %	3.4 %	4.0 %
Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas	91	2	93
	7.7 %	6.9 %	7.7 %
Licenciatura en Administración de Instituciones	8	0	8
	.7 %	0.0 %	.7 %
Licenciatura en Administración Financiera	1	0	1
	.1 %	0.0 %	.1 %
Licenciatura en Administración Turística	1	0	1
	.1 %	0.0 %	.1 %
Licenciatura en Comercio Internacional	9	0	9
	.8 %	0.0 %	.7 %
Licenciatura en Contaduría	203	0	203
	17.2 %	0.0 %	16.8 %
Licenciatura en Economía	2	0	2
	.2 %	0.0 %	.2 %
Licenciatura en Finanzas	9	0	9
	.8 %	0.0 %	.7 %

Licenciatura en Gastronomía	1	0	1
	.1 %	0.0 %	.1 %
Licenciatura en Informática Administrativa	95	0	95
	8.0 %	0.0 %	7.8 %
Licenciatura en Logística de Negocios	7	0	7
	.6 %	0.0 %	.6 %
Licenciatura en Mercadotecnia	13	0	13
	1.1 %	0.0 %	1.1 %
Licenciatura en Negocios Internacionales	3	0	3
	.3 %	0.0 %	.2 %
Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas	7	0	7
	.6 %	0.0 %	.6 %
Total	1182	29	1211
Porcentaje	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 7.5 se puede observar la relación del programa educativo con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida el estudiante diferenciado por gran ciudad, pequeña ciudad o pueblo o comunidad, en este sentido el 45.8 % de los estudiantes de la muestra provienen de ciudades pequeñas, el 38.8 % de pueblos o comunidades y únicamente un 15.3 % de ciudades grandes.

<b>Tabla 7.5</b>				
<b>Programa educativo con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida el estudiante</b>				
<b>Variables</b>	<b>Gran ciudad</b>	<b>Pequeña ciudad</b>	<b>Pueblo o comunidad</b>	<b>Total</b>
Licenciatura en Sistemas Comerciales	25	230	45	300
	13.5 %	41.5 %	9.6 %	24.8 %
Licenciatura en Economía y Finanzas	20	43	22	85
	10.8 %	7.8 %	4.7 %	7.0 %
Ingeniería en Administración	2	13	3	18
	1.1 %	2.3 %	.6 %	1.5 %
Ingeniería en Gestión Empresarial	11	69	49	129
	5.9 %	12.5 %	10.4 %	10.7 %
Licenciatura en Administración	33	49	96	178
	17.8 %	8.8 %	20.4 %	14.7 %
Licenciatura en Administración de Empresas	25	7	17	49
	13.5 %	1.3 %	3.6 %	4.0 %

Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas	5	42	46	93
	2.7 %	7.6 %	9.8 %	7.7 %
Licenciatura en Administración de Instituciones	3	2	3	8
	1.6 %	.4 %	.6 %	.7 %
Licenciatura en Administración Financiera	1	0	0	1
	.5 %	0.0 %	0.0 %	.1 %
Licenciatura en Administración Turística	0	0	1	1
	0.0 %	0.0 %	.2 %	.1 %
Licenciatura en Comercio Internacional	7	0	2	9
	3.8 %	0.0 %	.4 %	.7 %
Licenciatura en Contaduría	31	80	92	203
	16.8 %	14.4 %	19.5 %	16.8 %
Licenciatura en Economía	2	0	0	2
	1.1 %	0.0 %	0.0 %	.2 %
Licenciatura en Finanzas	7	0	2	9
	3.8 %	0.0 %	.4 %	.7 %
Licenciatura en Gastronomía	0	0	1	1
	0.0 %	0.0 %	.2 %	.1 %
Licenciatura en Informática Administrativa	0	7	88	95
	0.0 %	1.3 %	18.7 %	7.8 %
Licenciatura en Logística de Negocios	5	1	1	7
	2.7 %	.2 %	.2 %	.6 %
Licenciatura en Mercadotecnia	7	5	1	13
	3.8 %	.9 %	.2 %	1.1 %
Licenciatura en Negocios Internacionales	0	3	0	3
	0.0 %	.5 %	0.0 %	.2 %
Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas	1	4	2	7
	.5 %	.7 %	.4 %	.6 %
Recuento	185	555	471	1211
Porcentaje	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Fuente: elaboración propia.

La tabla 7.6 representa la situación en la que se encuentra actualmente cursando el estudiante de acuerdo con la Institución Educativa, de los cuales el 38.3% se encuentra cursando la mitad de la carrera, 31.5% son estudiantes de reciente ingreso y el 30.1% son lo que se encuentran próximos a egresar.

<b>Tabla 7.6</b>				
<b>Situación en la que se encuentra actualmente cursando el estudiante de acuerdo con la Institución Educativa</b>				
<b>IES</b>	<b>Alumno de reciente ingreso</b>	<b>Alumno a mitad de carrera</b>	<b>Alumno próximo a egresar</b>	<b>Total</b>
Universidad de Quintana Roo	26.7 %	41.4 %	24.9 %	31.8 %
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	18.8 %	13.1 %	18.4 %	16.5 %
UAEMex Temascaltepec	11.3 %	13.8 %	5.8 %	10.6 %
UAEMex Atlacomulco	11.8 %	12.1 %	11.2 %	11.7 %
Universidad Politécnica de Bacalar	6.8 %	9.7 %	7.9 %	8.3 %
Instituto Tecnológico de Chetumal	13.4 %	7.1 %	11.5 %	10.4 %
Instituto Tecnológico de Oaxaca	11.3 %	2.8 %	20.3 %	10.7 %

Fuente: elaboración propia.

La información recabada en la tabla 7.7 señala el entorno emprendedor del estudiante de acuerdo a la institución educativa de procedencia, se destacan los alumnos de la UPAEP con un mejor entorno y orientación al emprendimiento, la UAEMex Atlacomulco también cuenta con una alta tasa de orientación y el Instituto Tecnológico de Oaxaca. Las tres instituciones mencionadas están por encima el promedio de acuerdo a los datos recabados de la muestra, mientras tanto, La UQRoo, el ITCH y la UPBac, se encuentran por debajo del promedio.

<b>Tabla 7.7</b>								
<b>Entorno emprendedor del estudiante según la institución educativa en la que estudia</b>								
<b>Variables</b>	<b>UQRoo</b>	<b>Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla</b>	<b>UAEMex Temascal - tepec</b>	<b>UAEMex Atlacomulco</b>	<b>Universidad Politécnica de Bacalar</b>	<b>Instituto Tecnológico de Chetumal</b>	<b>Instituto Tecnológico de Oaxaca</b>	<b>Total</b>
PregA	36.9 %	57.5 %	30.5 %	53.5 %	36.0 %	34.9 %	46.2 %	42.3 %
PregB	31.4 %	42.6 %	32.0 %	49.3 %	39.0 %	30.2 %	52.3 %	38.2 %
PregC	6.2 %	13.1 %	10.2 %	12.7 %	3.0 %	4.8 %	11.5 %	8.7 %

Preg A. ¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio?

Preg B. ¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio?

Preg C. ¿Ha sido o es propietario de algún negocio?

Fuente: elaboración propia.

Respecto a la intención emprendedora del estudiante según la universidad en la que estudia, se puede observar que en general, los estudiantes de todas las IES de la muestra están orientados

seriamente a esta acción, pero más sólidamente en la UAEMex Atlacomulco y en el Instituto Tecnológico de Oaxaca.

**Tabla 7.8**  
**Intención emprendedora del estudiante según la universidad en la que estudia**

Variables	UQRoo	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	UAEMex Temascaltepec	UAEMex Atlacomulco	Universidad Politécnica de Bacalar	Instituto Tecnológico de Chetumal	Instituto Tecnológico de Oaxaca	Total
No, nunca	4.4 %	2.1 %	4.7 %			.8 %	.8 %	2.4 %
No, pero integrar empresa familiar	3.1 %	.5 %	1.6 %	1.4 %	2.0 %	2.4 %	.8 %	1.9 %
Si, vagamente	29.1 %	23.8 %	28.1 %	20.4 %	17.0 %	23.0 %	13.1 %	23.8 %
Si, seriamente	35.1 %	37.6 %	36.7 %	38.0 %	44.0 %	40.5 %	36.2 %	37.4 %
Si, firme propósito	28.3 %	36.0 %	28.9 %	40.1 %	37.0 %	33.3 %	49.2 %	34.5 %

**Fuente:** elaboración propia.

De acuerdo a la intención emprendedora del estudiante según su promedio de estudio, se observa que existe una mayor orientación en los alumnos cuyos promedios son mayores a 8.0 (tabla 7.9).

**Tabla 7.9**  
**Intención emprendedora del estudiante según su promedio de estudio**

Variables	Hasta 7.0	Entre 7.1 y 8.0	Mayor a de 8.0	Total
No, nunca	.2 %	.4 %	1.8 %	2.4 %
No, pero integrar empresa familiar	.2 %	.5 %	1.3 %	1.9 %
Si, vagamente	.8 %	7.2 %	15.8 %	23.8 %
Si, seriamente	1.6 %	10.9 %	24.9 %	37.4 %
Si, firme propósito	1.4 %	8.9 %	24.1 %	34.5 %
Total	4.2 %	28.0 %	67.9 %	100.0 %

**Fuente:** elaboración propia.

Respecto a la intención emprendedora del estudiante según el sexo, se observa que las mujeres superan a los hombres en este propósito.

<b>Tabla 7.10</b>			
<b>Intención emprendedora del estudiante según su sexo</b>			
<b>Variables</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
No, nunca	.5 %	1.9 %	2.4 %
No, pero integrar empresa familiar	1.2 %	.8 %	1.9 %
Sí, vagamente	10.1 %	13.7 %	23.8 %
Sí, seriamente	14.6 %	22.8 %	37.4 %
Sí, firme propósito	14.8 %	19.8 %	34.5 %
Total	41.1 %	58.9 %	100.0 %

**Fuente:** elaboración propia.

De acuerdo a la Intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida, es interesante que los mayores porcentajes se presentan en la pequeña ciudad y en pueblo o comunidad.

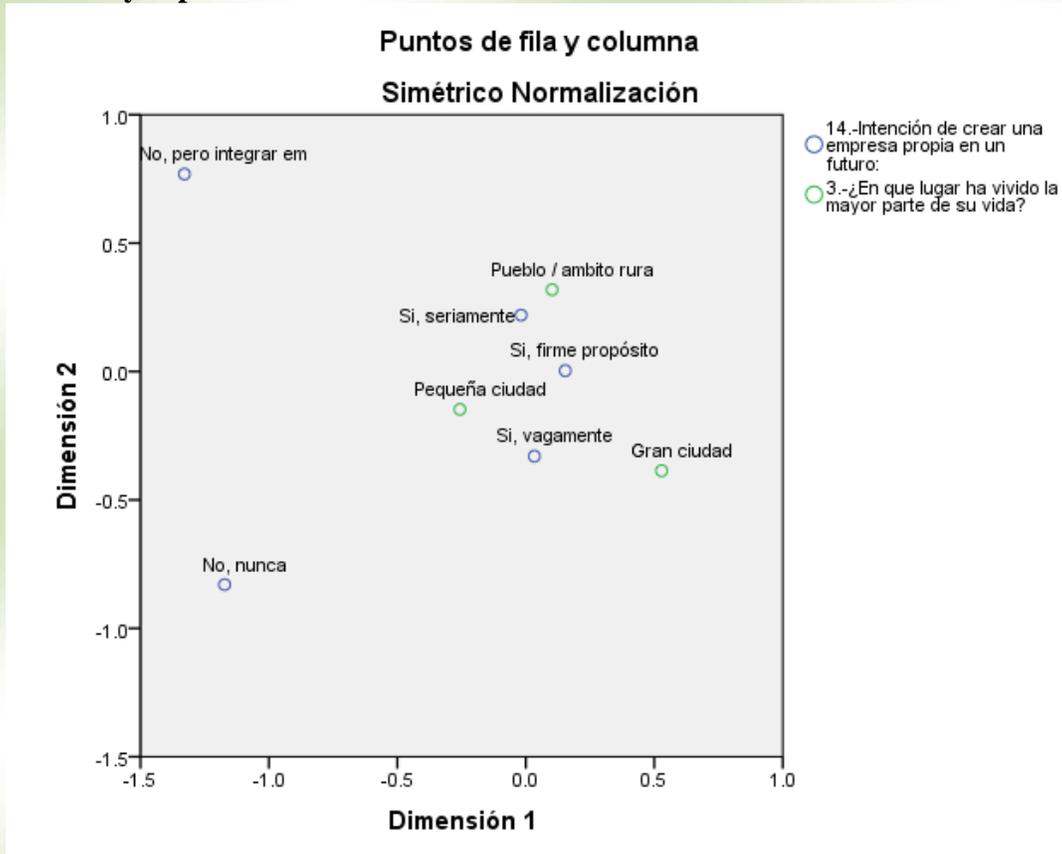
<b>Tabla 7.11</b>				
<b>Intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida</b>				
<b>Variables</b>	<b>Gran ciudad</b>	<b>Pequeña ciudad</b>	<b>Pueblo o comunidad</b>	<b>Sig.</b>
No, nunca	10.3 %	65.5 %	24.1 %	***
No, pero integrar a empresa familiar		56.5 %	43.5 %	
Sí, vagamente	16.8 %	47.7 %	35.1 %	
Sí, seriamente	13.4 %	44.8 %	41.9 %	
Sí, firme propósito	15.9 %	44.2 %	39.2 %	

*Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0.1$ ; (\*\*):  $p < 0.05$ ; (\*\*\*):  $p < 0.01$ ; NS: no significativas.*

**Fuente:** elaboración propia.

Se observa que existe una mayor intención emprendedora en estudiantes cuyo origen es una pequeña ciudad, o pueblo y comunidad. Sin embargo, los estudiantes que han vivido la mayor parte de su vida en un pueblo o comunidad presentan una tendencia a ser más emprendedores como se puede observar en la gráfica 7.1 de puntos de fila y columna generada a través de un análisis de correspondencias

**Gráfica 7.1 Puntos de fila y columna de intención de crear una empresa y el lugar en el que ha vivido la mayor parte de su vida**



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a la intención emprendedora del estudiante según para lo que se prepara académicamente, en la mayoría de las IES de la muestra los alumnos consideran que lo hacen para ser empresario (emprender un negocio) (tabla 7.12), sin embargo sobresale el Instituto Tecnológico de Oaxaca con el porcentaje más alto alcanzando el 84.6 % en esta intención muy por encima del promedio que fue del 62.6 %, el porcentaje más bajo de la intención lo obtuvo la UQRoo con 44.7 %.

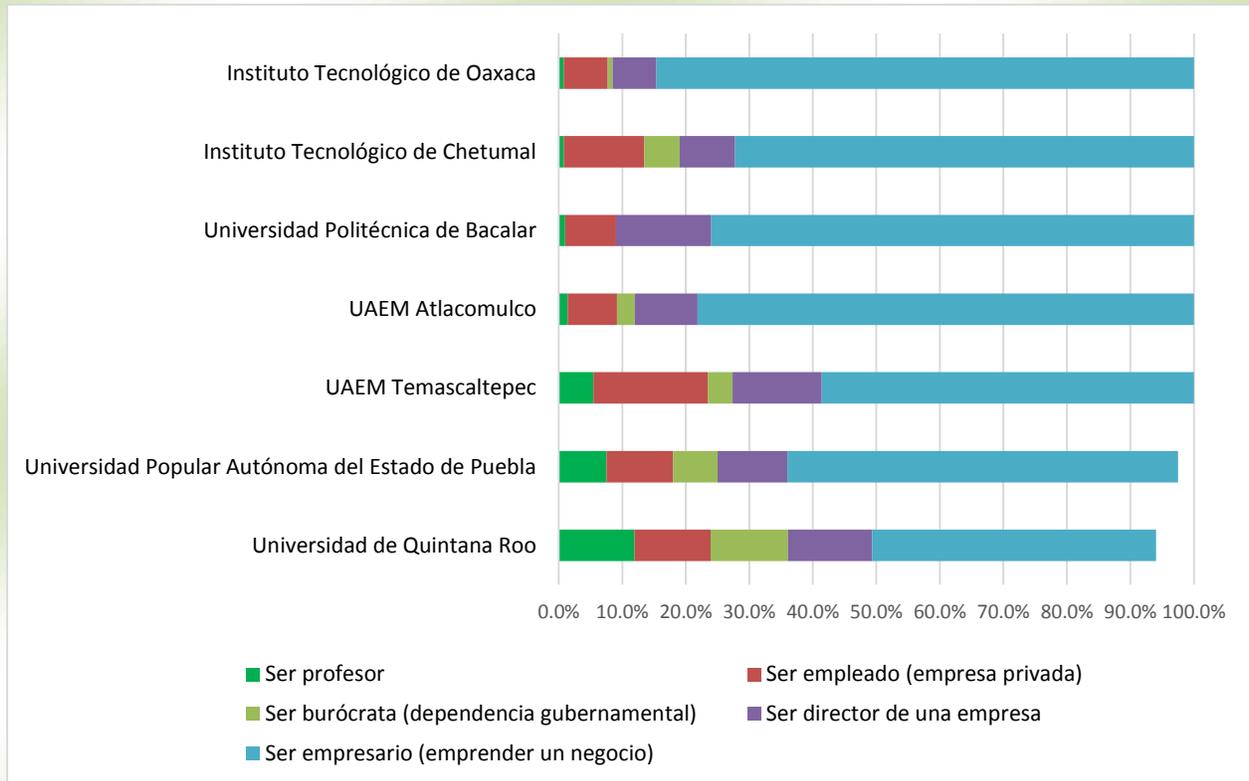
<b>Tabla 7.12</b>								
<b>Intención emprendedora del estudiante según para lo que se prepara académicamente</b>								
	Institución de Educación Superior							Total
	Universidad de Quintana Roo	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	UAEMex Temascaltepec	UAEMex Atlacomulco	Universidad Politécnica de Bacalar	Instituto Tecnológico de Chetumal	Instituto Tecnológico de Oaxaca	
Ser profesor	11.9 %	7.5 %	5.5 %	1.4 %	1.0 %	.8 %	.8 %	6.0 %
Ser empleado (empresa privada)	11.9 %	10.5 %	18.0 %	7.7 %	8.0 %	12.7 %	6.9 %	11.1 %
Ser burócrata (dependencia gubernamental)	12.2 %	7.0 %	3.9 %	2.8 %		5.6 %	.8 %	6.4 %
Ser director de una empresa	13.2 %	11.0 %	14.1 %	9.9 %	15.0 %	8.7 %	6.9 %	11.6 %
Ser empresario (emprender un negocio)	44.7 %	61.5 %	58.6 %	78.2 %	76.0 %	72.2 %	84.6 %	62.6 %
Otro:	6.0 %	2.5 %						2.3 %
Total	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Fuente: elaboración propia.

En la gráfica 7.2 se observa la dispersión de los resultados en donde sobresalen el Instituto Tecnológico de Oaxaca, UAEMex Atlacomulco y la Universidad Politécnica de Bacalar.

Gráfica 7.2

Proporción de intención emprendedora del estudiante según para lo que se prepara académicamente por IES.



Fuente: elaboración propia.

### 7.4.1 Análisis Factorial

Se usa un análisis factorial por componentes principales. Primero se prueban tres soluciones con 1, 2 o 3 factores, observándose que la solución con tres factores es la adecuada, al observar el test con la hipótesis nula de que con tres factores es suficiente. Se obtiene la solución rotada (varimax por defecto) y se observa en la tabla 7.13, para cada una de las variables incluidas en el análisis, algunos estadísticos descriptivos univariados: la media, la desviación típica y el número de casos válidos para el análisis (que puede diferir del número de casos del archivo de datos).

**Tabla 7.13**  
**Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las creencias positivas y negativas<sup>a</sup>**

Variables	Media	Desviación estándar	N de análisis
Recompensas económicas	3.93	1.128	1211
Independencia/autonomía	4.15	1.061	1211
Seguridad familiar y personal	4.12	1.062	1211
Invertir y conseguir un patrimonio personal	4.22	1.062	1211
Riesgo económico	3.34	1.161	1211
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	3.17	1.179	1211
Temor a fracasar y quedar en ridículo	2.80	1.329	1211
Reparos financieros (falta de capital inicial)	3.26	1.194	1211
Cargas fiscales	3.06	1.178	1211
Seguridad familiar y personal	4.14	1.067	1211

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 7.14 contiene dos estadísticos que permiten valorar la bondad de ajuste o adecuación de los datos analizados a un modelo factorial: la medida de adecuación muestral KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett.

Si el valor de la medida de adecuación muestral (KMO) es reducido (los valores por debajo de 0,6 se consideran mediocres) puede que no sea pertinente utilizar el análisis factorial con esos datos, en nuestro caso es de 0.871, lo cual nos indica que es pertinente llevar a cabo el análisis factorial. Por otra parte, el estadístico de Bartlett se distribuye aproximadamente según el modelo de probabilidad chi-cuadrado y es una transformación del determinante de la matriz de correlaciones. Si el nivel crítico (Sig.) es mayor que 0,05, no podremos rechazar la hipótesis nula de esfericidad y, consecuentemente, no podremos asegurar que el modelo factorial sea adecuado para explicar los datos, en nuestro caso es de 0.000, lo cual nos indica que se puede explicar los datos a través del modelo.

<b>Tabla 7.14</b>		
<b>Prueba de KMO y Bartlett</b>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.871
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	5925.062
	gl	45
	Sig.	.000

**Fuente:** elaboración propia.

La tabla 7.15 contiene las comunalidades asignadas inicialmente a las variables (inicial) y las comunalidades reproducidas por la solución factorial (extracción). La comunalidad de una variable es la proporción de su varianza que puede ser explicada por el modelo factorial obtenido. Estudiando las comunalidades de la extracción podemos valorar cuáles de las variables son peor explicadas por el modelo. En nuestro trabajo, “tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas” es la peor explicada: el modelo sólo es capaz de reproducir el 55.5 % de su variabilidad original.

<b>Tabla 7.15</b>		
<b>Comunalidades</b>		
	<b>Inicial</b>	<b>Extracción</b>
Recompensas económicas	1.000	.659
Independencia/autonomía	1.000	.770
Seguridad familiar y personal	1.000	.777
Invertir y conseguir un patrimonio personal	1.000	.719
Riesgo económico	1.000	.575
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	1.000	.555
Temor a fracasar y quedar en ridículo	1.000	.598
Reparos financieros (falta de capital inicial)	1.000	.599
Cargas fiscales	1.000	.616
Seguridad familiar y personal	1.000	.706
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla de porcentajes de varianza explicada (tabla 7.16) se ofrece un listado de los autovalores de la matriz de varianzas-covarianzas y del porcentaje de varianza que representa cada uno de ellos. Los autovalores expresan la cantidad de la varianza total que está explicada por cada factor; y los

porcentajes de varianza explicada asociados a cada factor se obtienen dividiendo su correspondiente autovalor por la suma de los autovalores (la cual coincide con el número de variables). Por defecto, se extraen tantos factores como autovalores mayores que 1 tiene la matriz analizada. En nuestro caso hay 2 autovalores mayores que 1, por lo que el procedimiento extrae 2 factores que consiguen explicar un 65.73 % de la varianza de los datos originales.

El primer factor explica un 42.61 % de la varianza total, el segundo un 23.27 %, el tercero un 6.8 % y el cuarto un 5.52 %, lo que indica que los dos primeros factores explican conjuntamente un 65.731 % de la varianza total. Parece lógico seleccionar estos dos factores, reduciéndose la dimensionalidad del problema de 10 a 2.

7.16 Varianza total explicada									
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
	1	4.246	42.461	42.461	4.246	42.461	42.461	3.672	36.721
2	2.327	23.270	65.731	2.327	23.270	65.731	2.901	29.010	65.731
3	.682	6.821	72.552						
4	.553	5.529	78.081						
5	.502	5.025	83.105						
6	.434	4.343	87.448						
7	.411	4.109	91.557						
8	.312	3.117	94.675						
9	.286	2.855	97.530						
10	.247	2.470	100.000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Fuente:** elaboración propia.

Los pesos de cada variable en cada factor aparecen en la Matriz de componentes rotados (Tabla 7.17). A partir de las saturaciones de la matriz de la estructura factorial es fácil inferir la correspondencia existente entre cada variable y cada uno de los dos factores extraídos. Factor 1 (“Búsqueda del éxito”): Recompensas económicas, independencia/autonomía, seguridad familiar y personal, Invertir y conseguir un patrimonio personal. Factor 2 (“Temor al riesgo”): riesgo

económico, tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas, temor a fracasar y quedar en ridículo, reparos financieros (falta de capital inicial) y cargas fiscales. Todas las variables del análisis saturan mayoritariamente en uno de los dos factores y ninguna de ellas presenta indicios que hagan sospechar de su falta de adecuación a la solución.

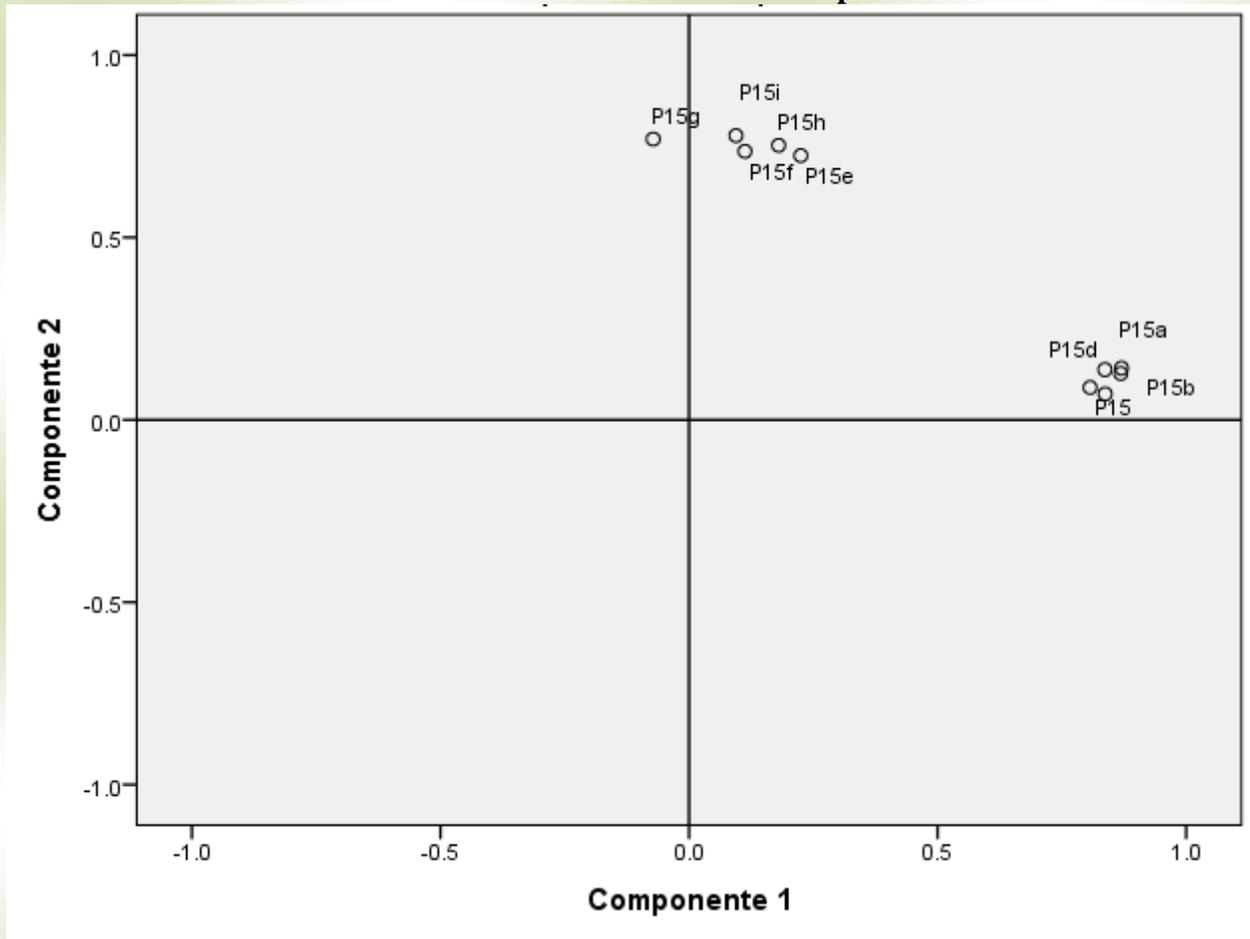
<b>7.17</b>		
<b>Matriz de componente rotado<sup>a</sup></b>		
Variables	Componente	
	1	2
Recompensas económicas	.807	.089
Independencia/autonomía	.869	.127
Seguridad familiar y personal	.870	.142
Invertir y conseguir un patrimonio personal	.837	.138
Riesgo económico	.225	.724
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	.112	.736
Temor a fracasar y quedar en ridículo	-.072	.770
Reparos financieros (falta de capital inicial)	.180	.753
Cargas fiscales	.094	.779
Método de extracción: análisis de componentes principales.		
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.		
a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.		

**Fuente:** elaboración propia.

El gráfico de saturaciones factoriales (figura 7.2) es el diagrama de dispersión en el que los factores definen los ejes del espacio y las variables constituyen los puntos del diagrama. Las coordenadas de una variable en cada factor se corresponden con las saturaciones de la variable en dichos factores, es decir, con los valores de la matriz factorial.

Figura 7.2.

Gráfico de las saturaciones factoriales en espacio rotado



Fuente: elaboración propia.

La tabla 7.18 indica la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento, y se puede observar que todas las variables fueron valoradas positivamente, sin embargo los resultados más representativos se exponen en las variables: *seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio*; *convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa*, lo cual se enfoca más a la acción.

7.18 Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento <sup>a</sup>					
Variables	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	1211	1	5	3.97	1.083
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	1211	1	5	3.97	1.064
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	1211	1	5	3.96	1.067
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	1211	1	5	3.97	1.053
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	1211	1	5	4.00	1.062
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	1211	1	5	4.02	1.054
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	1211	1	5	3.98	1.070
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo.	1211	1	5	3.50	1.350
N válido (por lista)	1211				

<sup>a</sup> En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

**Fuente:** elaboración propia.

## 7.5. Conclusiones

Con todo esto se encuentra que cada universidad debe entender y maximizar sus fortalezas. Algunas tienen un futuro promisorio por su cultura y tradición, otras por su solidez técnica, unas más por su vinculación institucional o sus redes de ex alumnos. Al aprovechar esta diversidad, las IES tienen la gran oportunidad de poner a México en los reflectores del emprendimiento mundial. México no es aún un jugador relevante, pero su potencial es inmenso.

En relación al entorno emprendedor del alumno se destaca en todas las instituciones educativas, que existe en la familia de los estudiantes, personas que ya han emprendido negocios, situándose en un 42.3 % de promedio; o en su caso, alguien de sus amistades lo han hecho considerando un promedio de 38.2 % de promedio.

Considerando los indicadores de intención emprendedora, los estudiantes mexicanos tienen una actitud más positiva hacia la orientación de creación o generación de empresas como una opción profesional atractiva.

En relación a la intención que conducen a la creación de una empresa propia, se destaca que el 62.6 % en promedio estudian o se preparan en la universidad para lograrlo y el 11.6 % para ser director de una empresa.

Pueden considerarse dos estratos importantes de estudiantes, de acuerdo al análisis factorial, los estudiantes que se orientan a la búsqueda del éxito empresarial y los que tienen temor de tomar riesgos.

Concluyendo, se puede afirmar que aún existen diversas áreas de oportunidad en las que hay que trabajar al interior de las academias de nuestra IES para el fortalecimiento de la actividad emprendedora en las universidades mexicanas, adaptadas a sus contextos territoriales y en sintonía con las exigencias de los cambios y tendencias modernizadoras.

## **7.6. Referencias**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Gallegos, R., Grandet, C., y Ramírez, P. (abril de 2014). Los Emprendedores de TIC en México: Recomendaciones de política pública para su nacimiento, crecimiento y consolidación. Obtenido de Instituto Mexicano para la Competitividad, AC, patrocinado por Microsoft.
- García, M. (2014). Tiempo de emprender. SoyEntrepreneur.com. Recuperado de: <http://www.soyentrepreneur.com/27206-tiempo-de-emprender.htm>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) México. (2013). Monitor Global de la Actividad Emprendedora México 2013. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/report>
- Holtz, D. (2018). La educación superior, para potenciar el emprendimiento. Recuperado de <http://www.milenio.com/opinion/dieter-holtz/columna-dieter-holtz/la-educacion-superior-para-potenciar-el-emprendimiento>.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2015). Ocupación: Población de 15 años y más según condición de actividad y disponibilidad, nacional trimestral. Recuperado el 14 de agosto de 2015 del INEGI website, <http://www.inegi.org.mx/sistemas/BIE/CuadrosEstadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=603&c=25577>

- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., y Kiis, A. (2014). Entrepreneurship Education at University Level and Students' Entrepreneurial Intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 658-668
- Mowery, D. (2005), "The Bayh-Dole Act and high-Technology Entrepreneurship in U.S. Universities: Chicken, eggs, or something else", in Gary D. Libecap (Ed.), *University Entrepreneurship and Technology Transfer: Process, Design, and Intellectual Property*, Amsterdam: Elsevier, pp. 39-68.
- Osorio, F. F. y Londoño, J. C. (2015). Entrepreneurial intention in middle and high school students: Using the exposure effect to extend the theory of planned behaviour. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 103-131.
- Pertuz-Peralta, P. V., Rojas-Caicedo, Y. G., Navarro-Rodríguez, A., y Quintero, L. T. (2016). Perfil docente y fomento de la cultura del emprendimiento: búsqueda de una relación. *Educación y Educadores*, 19(1), 29-45.
- Shapiro, A. (1982). "Social Dimensions of Entrepreneurship" en C. Kent et al. (eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, (pp. 72-90), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Soria-Barreto, Karla, Zuniga-Jara, Sergio, y Ruiz-Campo, Sofía. (2016). Entrepreneurial Education and Intention in University Students: A Case of Study. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34.
- The Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI). (2018). GEI Index. Recuperado el 28 de agosto de 2018 del GEDI Website, <http://thegedi.org/>
- Van Looy, B., P. Landoni, J. Callaert, B. van Pottelsberghe, E. Sapsalis and K. Debackere (2011), "Entrepreneurial Effectiveness of European Universities: An empirical assessment of antecedents and trade-offs", *Research Policy*, Vol.40, pp. 553-564.
- Why do entrepreneurs fail in Mexico? Recuperado de <https://thefailureinstitute.com/mexico-infographic/>



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

